

HUMBOLDT-UNIVERSITÄT ZU BERLIN  
INSTITUT FÜR BIBLIOTHEKS- UND INFORMATIONSWISSENSCHAFT



BERLINER HANDREICHUNGEN  
ZUR BIBLIOTHEKS- UND  
INFORMATIONSWISSENSCHAFT

HEFT 41

ERGEBNISSE EINER SCHÜLERBEFRAGUNG DER  
STADTBIBLIOTHEK CHEMNITZ ALS TEIL EINER  
MARKETINGKONZEPTION

VON  
KARIN OLLESCH



ERGEBNISSE EINER SCHÜLERBEFRAGUNG DER  
STADTBIBLIOTHEK CHEMNITZ ALS TEIL EINER  
MARKETINGKONZEPTION

VON  
KARIN OLLESCH

---

Berliner Handreichungen zur  
Bibliotheks- und Informationswissenschaft

Begründet von Peter Zahn  
Herausgegeben von  
Konrad Umlauf  
Humboldt-Universität zu Berlin

Heft 41

**Ollesch, Karin**

Ergebnisse einer Schülerbefragung der Stadtbibliothek Chemnitz als Teil einer Marketingkonzeption / von Karin Ollesch. - Berlin : Institut für Bibliotheks- und Informationswissenschaft der Humboldt-Universität zu Berlin, 1999. – 39 S. : - (Berliner Handreichungen zur Bibliotheks- und Informationswissenschaft ; 41)

ISSN 14 38-76 62

Eine Online-Version ist auf dem edoc Publikationsserver der Humboldt-Universität zu Berlin verfügbar.



Dieses Werk ist lizenziert unter einer [Creative Commons Namensnennung - Nicht kommerziell - Keine Bearbeitungen 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/) Lizenz.

# Institut für Bibliothekswissenschaft



## Berliner Handreichungen zur Bibliothekswissenschaft.<sup>41</sup>

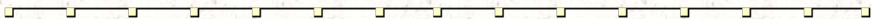
Ergebnisse einer Schülerbefragung der Stadtbibliothek Chemnitz als Teil einer Marketingkonzeption

von  
**Karin Ollesch**



Berliner Handreichungen  
zur Bibliothekswissenschaft  
Begründet von Peter Zahn

Herausgegeben von  
Konrad Umlauf  
Humboldt-Universität zu Berlin  
Heft 41



**Ollesch, Karin:**

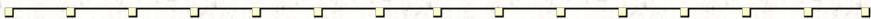
Ergebnisse einer Schülerbefragung der Stadtbibliothek Chemnitz als Teil einer Marketingkonzeption. Berlin: Institut für Bibliothekswissenschaft der Humboldt-Universität zu Berlin, 1999. 62 S. –  
(Berliner Handreichungen zur Bibliothekswissenschaft ; 41).

ISSN 14 38-76 62

**Abstract:**

Dargestellt werden die Grundlagen des Marketing für Non-Profit-Organisationen, die Schritte zur Entwicklung einer Marketingkonzeption, der Stellenwert von Befragungen in diesem Prozeß sowie Methoden und Gegenstände von Befragungen. Die Anwendung dieser allgemeinen Grundlagen auf Befragungen in der Bibliothekspraxis wird an Beispielen aufgezeigt. Zur Verdeutlichung der Besonderheiten bei Befragungen von Kindern werden Studien aus der Lese- und Medienforschung sowie marketingorientierter Projekte aus dem

Bereich öffentlicher Bibliotheken herangezogen. Die Umsetzung einschließlich der aufgetretenen Probleme wird an einer von der Stadtbibliothek Chemnitz im November 1998 durchgeführten repräsentativen Umfrage unter Schülern der Klassen 4 und 5 der Stadt gezeigt. Die Kernpunkte der Befragung zielen auf Aussagen zur Freizeitgestaltung, Medien- und Bibliotheksnutzung, Gestaltungswünsche für eine Kinderbibliothek und soziodemographische Daten. Eine ausführliche Analyse der Untersuchungsergebnisse erbringt differenzierte Aussagen zu Gewohnheiten und Wünschen der Kinder, zur Einschätzung der Angebote der in Chemnitz bestehenden Bibliotheken, zur Nutzung von Schulbibliotheken, ermöglicht Vergleiche bezüglich der Schulformen, Alter und Geschlecht sowie von Nutzern, Nichtnutzern und Nicht-mehr-Nutzern. Abschließend werden erste Schlußfolgerungen für die Umsetzung der Ergebnisse in der Marketingkonzeption gezogen.



## Anlaß und Zielsetzung

Im Rahmen der Erarbeitung einer Marketingkonzeption für die Stadtbibliothek Chemnitz fanden im November 1998 drei Befragungen der Bevölkerung statt. Angesprochen wurden sowohl die Nutzer direkt vor Ort und Schüler in ihren Klassen als auch ein repräsentativer Querschnitt der Bevölkerung im telefonischen Interview.

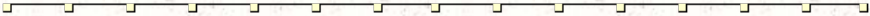
Der vorliegende Praxisbericht konzentriert sich ausschließlich auf die Befragung der Zielgruppe der Kinder, also nur auf ein Segment des umfangreichen Prozesses der Entwicklung einer Marketingkonzeption für die Stadtbibliothek Chemnitz. Aufgezeigt wird, welche Erkenntnisse aus bereits veröffentlichter Literatur zum Marketing für Bibliotheken und zu Befragungen als Grundlage dienen. Vorbereitung, Durchführung und Auswertung der Schülerbefragung sowie die Probleme bei der Realisierung einzelner Arbeitsschritte werden beschrieben. Gleichzeitig wird versucht, erste Schlußfolgerungen aus den Umfrageergebnissen für die Marketingkonzeption zu ziehen.

Dargestellt wird die spezielle Situation in Chemnitz. Zum Vergleich werden bibliotheksinterne und –externe statistische Daten sowie Ergebnisse unterschiedlicher Umfragen von Bibliotheken, Stiftungen oder Forschungsinstituten herangezogen.

Seit 1989 in großer Zahl veröffentlichte Befragungen und Studien befassen sich in den meisten Fällen mit der „Problemgruppe“ der Jugendlichen, also der Altersgruppe von 14 (oder 12) bis 21 Jahren. Hier gibt es umfangreiches Fakten- und Zahlenmaterial mit den entsprechenden Erläuterungen und vielseitige Anregungen zum Marketing oder zur Aktivierung der Jugendbibliotheksarbeit.

Relativ gering ist die Anzahl an Veröffentlichungen über Befragungen von Kindern, also der Gruppe von 6 bis 12 (oder auch 14) Jahren. Liegt es an der „Sisyphosarbeit mit ungewissem Ausgang“<sup>[1]</sup> oder daran, daß „die Belange der kinderbibliothekarischen Arbeit ... im Detail weitgehend unbeachtet“<sup>[2]</sup> bleiben? Liegt es daran, daß Kinder einfacher für vorhandene Medien zu begeistern sind, also vom Produkt her beworben werden können und daß deshalb Verantwortliche zu wissen glauben, was Kinder wollen?

Unbestritten ist: „Eine wichtige Klientel der öffentlichen Bibliotheken sind Kinder. Deshalb gehören Leseförderung und Medienpädagogik seit langem zu den selbstverständlichen Tagesaufgaben der Bibliothekare.“<sup>[3]</sup> Die veränderte Medienlandschaft erfordert aktuelle Detailkenntnisse über Interessen, Gewohnheiten und Wünsche von Kindern in Bezug auf die Bibliothek und ihre Angebote. Diese sollten mit Hilfe der Befragung begrenzt für die Stadt Chemnitz gewonnen werden und in die Erarbeitung der Marketingstrategien, bezogen auf diese Zielgruppe, einfließen.



# Befragungen als Teil einer Marketingkonzeption

## Marketing in Non-Profit-Organisationen

Begriff, Konzepte, Instrumente und Strategien des Marketing stammen ursprünglich aus dem kommerziellen Bereich, der Verteilung und dem Verkauf. Doch immer mehr Non-Profit-Organisationen, die also nicht erwerbswirtschaftlich ausgerichtet sind, setzen sich damit auseinander. Dazu gehören öffentliche Einrichtungen wie Theater, Museen und Bibliotheken. Sie sehen darin eine Möglichkeit zur Problemlösung in Zeiten finanzieller Kürzungen und zur Neuorientierung bei ihren Entscheidungen über den Einsatz von Mitteln, Personal, Beständen und Angeboten im Sinne ihrer Nutzer.

Schriften zum Thema Marketing verwenden unterschiedlichste Definitionen zum Begriff des Marketing selbst und zu den Schritten seiner Umsetzung. Darstellungen zum Non-Profit-Marketing nehmen Bezug zu den Standardwerken von Philip Kotler zum Marketing-Management bzw. zum Marketing für Non-Profit-Organisationen<sup>[4]</sup>. Kotler definiert: „Das Marketing ist eine menschliche Tätigkeit, die darauf abzielt, durch Austauschprozesse Bedürfnisse und Wünsche zu befriedigen bzw. zu erfüllen.“<sup>[5]</sup> Er sieht in Bedürfnissen, Wünschen und den Austauschprozessen zu deren Befriedigung die Ausgangspunkte des Marketing. Diese Austauschprozesse erfordern besonderen Einsatz und spezifische Fähigkeiten bei den beteiligten Tauschpartnern. Organisationen betreiben diese Prozesse professionell in Form des Marketing-Management. Dieses umfaßt die Analyse, Planung, Durchführung und Kontrolle von Programmen, die einen beiderseits nützlichen Austausch mit Zielmärkten einleiten, aufbauen und erhalten, um damit die Ziele der Organisation zu realisieren.<sup>[6]</sup>

Die Übertragung des Marketing auf Non-Profit-Organisationen leitet Kotler aus der Notwendigkeit der Zielerfüllung ab. Dabei geht es nicht um die Entwicklung anderer Marketing-Prinzipien als im Business-Bereich, sondern um neue und herausfordernde Anwendungen.<sup>[7]</sup>

## Die Entwicklung einer Marketing-Konzeption

Eine solche Anwendung erfolgte im Projekt „Entwicklung einer Marketingkonzeption für Öffentliche Bibliotheken“. Im Bericht<sup>[8]</sup> dazu werden allgemeine Grundsätze zur Marketingkonzeption bibliotheksspezifisch konkretisiert. Deshalb folgen die Ausführungen dieses Kapitels, der praktischen Umsetzung in der Stadtbibliothek Chemnitz entsprechend, den Darlegungen dieses Werkes.

Bezogen auf die Organisation Öffentliche Bibliothek besteht der Zielmarkt aus der Gruppe der potentiellen Benutzer, deren differenzierte Bedürfnisse und Wünsche durch die Angebote erfüllt werden, die aber wiederum abhängig von Aufgaben und Zielen der Bibliothek sind. Diese sind verknüpft mit kulturellen und sozialen Ansprüchen der Gesellschaft an öffentliche Einrichtungen und begrenzt durch einen Rahmen gesetzlicher Vorgaben, finanzieller und politischer Entscheidungen, bezogen auf die einzelne Bibliothek, also von deren personellen und finanziellen Ressourcen.

Will die Bibliothek eine Marketing-Konzeption erarbeiten, muß sie zunächst innerhalb dieses Rahmens ihre Funktionen und Aufgaben festlegen. Um diese Konzeption in die Realität umsetzen zu können, müssen von Beginn an sowohl die übergeordneten politischen Entscheidungsträger als Partner gewonnen, als auch alle Mitarbeiter informiert, überzeugt und schrittweise in die Erarbeitung und Umsetzung einbezogen werden. Dies schließt ihre Aufnahme in die zu bildende Arbeitsgruppe mit ein, die die weiteren Schritte des Vorgehens personell, inhaltlich und terminlich festlegt und die Verantwortung für die anstehenden Aufgaben an Teilgruppen überträgt. Diese müssen sich zunächst der Analyse der internen und externen Bedingungen der Bibliothek mittels Methoden der Marketingforschung widmen. Dazu gehören die Gewinnung, Sammlung und Aufbereitung bibliotheksinterner und –externer Daten, die Erstellung einer Gemeinwesenanalyse, die Identifizierung von Zielgruppen, die Analyse der eigenen Stärken und Schwächen sowie der Konkurrenten und Kooperationspartner.

Die dafür nötigen Informationen können durch Sekundärforschung, also die Analyse vorhandener oder verfügbarer Daten, gewonnen werden. Grundlage sind innerbetriebliche Quellen wie Statistiken, Nutzerdateien, Kontaktadressen, Ergebnisse früherer Befragungen und Planungsvorgaben zur Beschreibung der Ressourcen der Bibliothek z.B. in den Bereichen Haushalt, Personal, Erwerbungen, Angebote und Veranstaltungen. Hinzuzuziehen sind externe Informationsquellen, wie amtliche Statistiken, Karten oder Verzeichnisse von anderen öffentlichen Einrichtungen, wie Schulen, Vereinen oder Firmen. Der zweite Weg zur Informationsgewinnung ist die Primärforschung, also die Gewinnung von Daten durch empirische Untersuchungen, wie Beobachtungen oder Befragungen. Auf letztere wird in den folgenden Kapiteln näher eingegangen.

Die Gemeinwesenanalyse dient der Erfassung des Umfeldes der betreffenden Gemeinde oder Stadt bzw. des Stadtteils bei Zweigbibliotheken. Das Einzugsgebiet sollte durch die Mitarbeiter aus der täglichen Arbeitserfahrung heraus beschrieben werden, faktisch vergleichbar ist dies an Hand von Anschriften oder Postleitzahlen aus der Benutzerdatei bzw. Daten aus statistischen Ämtern. Das so begrenzte Einzugsgebiet kann dann durch Angaben zur Benutzer-, Bewohner-, Sozial-, Wirtschafts- und Bildungsstruktur, zu Verkehrsverbindungen, Handels- Bildungs- und Kultureinrichtungen und ihrer Rolle als Partner oder Konkurrenten genauer dargestellt werden.



In der Stärken-Schwächen-Analyse werden Funktionsweise, Leistungen und Mängel der Bibliothek detailliert für alle Abteilungen, Zweigstellen und Arbeitsbereiche, Bestände und Angebote untersucht.

Die so gewonnenen Daten müssen ausgewertet und zueinander in Beziehung gesetzt werden, um daraus Schlußfolgerungen für die Konkretisierung der Marketingziele ableiten zu können. Als Grundstrategien dafür gelten die Abgrenzung der Zielgruppen (Segmentation) und die Zusammenarbeit mit anderen Kultur- und Bildungseinrichtungen (Kooperation). Zur Erfüllung dieser Ziele werden die Instrumente des Marketing - d.h. Gestaltung des Angebots, der Kommunikation, der Distribution und der Gegenleistungen - eingesetzt, die hier in der Reihenfolge ihrer Bedeutung für die Bibliothekspraxis genannt sind, aber zielabhängig gewichtet sein können. Das sinnvolle Zusammenwirken dieser Instrumente, der Marketing-Mix, ermöglicht eine bessere Wirksamkeit. Die Ergebnisse der Aktivitäten sind zu kontrollieren und zu analysieren, um zu entsprechenden Konsequenzen hinzuleiten, d. h. der Fortführung oder Veränderung der Strategien und Instrumente.

## Notwendigkeit und Stellenwert von Befragungen

Im Gefüge der oben genannten Marketinginstrumente zur Analyse des Ist-Zustandes spielen Befragungen eine wesentliche Rolle. Geht man von Kotlers Marketing-Grundsatz „Finde Wünsche und erfülle sie“<sup>[9]</sup> aus, genügt es nicht, Nutzer- und Entleihungsstatistiken auszuwerten. Sie liefern „harte“ Daten, wie Anzahl der Benutzer, Alter, Wohnort, Bildungsgrad, Ausleihhäufigkeit, Art und Anzahl entliehener Medien und Inanspruchnahme von Dienstleistungen. Durch Beobachtungen können Fakten zur Nutzung von Katalogen oder Auskünften festgehalten werden. Gewohnheiten, Einstellungen, Meinungen, Wünsche, Interessen, Vorkenntnisse oder Wertvorstellungen der Nutzer, also „weiche“ Daten, lassen sich so nicht erkennen. Dies gilt im besonderen auch für Nichtnutzer und Nicht-Mehr-Nutzer. Will die Bibliothek aber bei der Erarbeitung ihrer Marketingkonzeption nutzerorientiert vorgehen, muß sie nicht nur die strukturelle Zusammensetzung dieser drei Gruppen an Hand statistischer Daten, sondern auch Motive, Einstellungen und Verhaltensweisen in bezug auf die Nutzung von Bibliotheken kennen.<sup>[10]</sup>

Befragungen eignen sich besonders gut dazu, solche Angaben zu ermitteln, „können also für Bibliotheken, die im Rahmen eines Marketing-Prozesses mehr über ihre Umgebung erfahren wollen, um sich stärker daran auszurichten, sehr dienlich sein.“<sup>[11]</sup>

Befragungen ermöglichen Erkenntnisse

- zu Bekanntheitsgrad und Nutzung der bibliothekarischen Einrichtungen,
- zur Beurteilung des Bestandes und seiner Präsentation,
- zur Bewertung von Dienstleistungen und Preisen,
- zu Wünschen, Bedürfnissen und Interessen der tatsächlichen und potentiellen Nutzer,
- zur Einschätzung der Bibliothek seitens der allgemeinen Öffentlichkeit, der politisch Verantwortlichen, der tatsächlichen oder potentiellen Nutzer und nicht zuletzt der Mitarbeiter, je nach befragter Zielgruppe.

Befragungen liefern zunächst interne Informationen. Positive Bewertungen können der Bestätigung bestehender Angebote und Aktivitäten dienen und eignen sich zur Selbstdarstellung gegenüber Entscheidungs- und Finanzierungsträgern und der Presse sowie zur Motivierung der Mitarbeiter. Gründe für Zufriedenheit und Nutzung, aber auch für Unzufriedenheit und Nichtnutzung bzw. Nicht-Mehr-Nutzung lassen sich aus kritischen Einschätzungen ableiten. Auf ihrer Grundlage basieren Schlußfolgerungen zur Veränderung und Erweiterung, aber auch zur Begrenzung von Angeboten.

Ergebnisse aus Befragungen verdeutlichen die Hintergründe zu bibliotheksstatistischen Fakten, sie ermöglichen die Verknüpfung von Merkmalen und so die Strukturierung der Benutzer in Gruppen. Dies erleichtert die Entwicklung und Umsetzung von zielgruppenorientierten Strategien.

Das Analyseinstrumentarium des Marketingprozesses soll externe, auf Nutzer und Umfeld bezogene, und interne, auf die Bibliothek als Betrieb bezogene, Daten konstituieren helfen. Diese sind dann unter Einbeziehung der Ressourcenanalyse Grundlage von Auswertung und Interpretation zur Planung weiterer Schritte. Dazu ist es notwendig, die Ergebnisse zueinander in Beziehung zu setzen und in die Planung konkreter Maßnahmen, also in die Änderung oder Beibehaltung vorhandener Strukturen und Angebote überzuleiten. Erkenntnisse aus den Analysen müssen nach Prioritäten geordnet und für die Differenzierung der Marketingziele genutzt werden.<sup>[12]</sup> Letztendlich dienen Ergebnisse von Befragungen im Verlauf der Entwicklung einer Marketingkonzeption wiederum der genaueren Bestimmung der Aufgaben und Ziele der Bibliothek

## Methoden und Gegenstände von Befragungen

Formen und Methoden der Erhebungen sind von zahlreichen Faktoren abhängig: von deren Anlaß und Ziel, den Zielgruppen, beteiligtem Personal, Auftraggebern oder Partnern und ebenso den zur Verfügung stehenden Finanzen.

Bezogen auf Bibliotheken ergeben sich unterschiedliche Ansatzpunkte. Interne Anlässe können sinkende Benutzer- und Entleihungszahlen, drohende Schließungen von Einrichtungen oder Mittel- und Personalkürzungen, aber auch die Planung für die Umsetzung, Neueröffnung oder Umstrukturierung einer Bibliothek sein. Externe Anlässe ergeben sich bei Informationsinteressen seitens der Träger, bei regionalen, nationalen oder internationalen Forschungsprojekten oder auch bei wesentlichen Veränderungen im gesellschaftlichen Umfeld, wie es die Herbeiführung der deutschen Einheit darstellt.

Aus den unterschiedlichen Ausgangssituationen entwickeln sich zwangsläufig ebenso differenzierte Befragungsziele. Die Spannweite reicht von der Suche nach Gründen für den Benutzerrückgang oder -anstieg über den Vergleich der Leistungen von Bibliotheken oder des veränderten Mediennutzungsverhaltens über mehrere Jahre bis zur Anwendung und Erprobung der bereits erwähnten Marketingkonzeption für Bibliotheken als Projekt des DBI. Erfahrungen und Ergebnisse eben dieses Projektes wurden zusammengefaßt in den beiden Bänden der DBI-Materialien 119. Die folgenden Ausführungen sind im wesentlichen dem Band 1 dieses Materials<sup>[13]</sup> entnommen.

Im engen Zusammenhang mit der Zielstellung der Untersuchung steht die *zu befragende Personengruppe*. Es kann sich dabei um eine *Benutzer-, Zielgruppen-, Mitarbeiter-, oder Repräsentativbefragung* handeln. Letztere Form bezieht sich auf den Querschnitt der Bevölkerung des Einzugsgebietes.

Die Anzahl der zu Befragenden ist abhängig von der gewählten Personengruppe. Eine *Vollerhebung*, also die Befragung aller, ist bei kleinen Gruppen, z. B. Mitarbeitern oder politisch Verantwortlichen, ggf. auch bestimmten Zielgruppen möglich. Bei größeren Gruppen, z.B. den Nutzern einer großen Bibliothek oder der Bevölkerung eines Einzugsgebietes, muß eine Auswahl in Form einer *Stichprobe* aus dieser *Grundgesamtheit* getroffen werden. Soll diese Stichprobe repräsentativ sein, müssen ihre Merkmale denen der Gesamtheit entsprechen, damit Rückschlüsse auf diese möglich sind.

Neben der Charakterisierung nach den befragten Gruppen gibt es zahlreiche weitere Kriterien zur Unterscheidung von Befragungen. Der Gebrauch der Bezeichnungen ist uneinheitlich.<sup>[14]</sup> Bei der *mündlichen Befragung* stellt der Interviewer Fragen und schreibt oder zeichnet mittels Kassette die Antworten auf. Zwischen ihm und dem Befragten entsteht direkter Kontakt. Fragen und Antworten sind nicht standardisiert, d.h. nicht wortwörtlich vorgegeben. Diese Form eignet sich für kleinere Personengruppen. Im speziellen Fall kann es sich um *Intensivinterviews* handeln, die an Hand eines Leitfadens durchgeführt werden, um Probleme detaillierter zu erarbeiten oder Fragestellungen zu konkretisieren. Vorteile ergeben sich aus der Ausführlichkeit der Antworten, Nachteile aus der



geringen Anzahl der Befragten und der langwierigen Auswertung.

Bei *telefonischen Interviews* werden sowohl Fragen als auch Antwortvarianten festgelegt, der Kontakt erfolgt mittelbar. Diese Form eignet sich zur Erfassung größerer Gruppen, respektive des Querschnittes der Bevölkerung eines gewählten Gebietes, also für Repräsentativbefragungen. Damit ist es auch möglich, Nichtnutzer zu erreichen. Der Vorteil liegt in der relativ preiswerten und schnellen Durchführ- und Auswertbarkeit, besonders bei der direkten Eingabe der Antworten in die für die Auswertung vorbereitete Computerdatei.

Auch beim *schriftlichen Interview* mittels *Fragebogen* sind die Fragen, ihre Reihenfolge und die Antwortmöglichkeiten eindeutig festgelegt, d.h. *standardisiert*. Damit ist der zeitliche und finanzielle Aufwand für die Umfrage und ihre Auswertung wesentlich geringer als bei der mündlichen Variante. Gleichzeitig wird es möglich, eine größere Anzahl von Teilnehmern zu erreichen, z.B. den Querschnitt der Bibliotheksbenutzer. Für diesen Fall kann ein Interviewer die Benutzer ansprechen, die Fragebögen austeilen, ggf. für Anfragen oder Hilfestellungen zur Verfügung stehen und die Rücknahme der Bögen sichern. Die Einflußnahme durch den Interviewer ist geringer als bei den mündlichen Formen, da der Kontakt hier nur indirekt besteht. Damit steigt aber auch die Anzahl der Teilnahmeverweigerungen bzw. der Nichtbeantwortung einzelner Fragen. Schriftliche Befragungen können auch postalisch durchgeführt werden. Dann entfällt jede mögliche Hilfestellung und die Rücklaufquote der beantworteten Fragebögen sinkt beträchtlich.

Ein weitere mögliche Form ist das *standardisierte mündliche Interview*, d.h. der Interviewer arbeitet die einzelnen Fragen in der festgelegten Reihenfolge mit dem Befragten ab und trägt die Antworten selbst in den Fragebogen ein. Dies wird vor allem notwendig, wenn die möglichst vollständige Beantwortung einer großen Zahl von Fragen mit zahlreichen Ausprägungen gesichert werden soll, ist aber entsprechend personalintensiv.

Unabhängig von der Interviewform ist es wichtig, den Befragten zu motivieren. Bei der schriftlichen Befragung kann dies durch die *Gestaltung des Fragebogens*, durch ein erläuterndes Anschreiben, durch die Formulierung der ersten Fragen (Kontaktfragen) geschehen. Die Zusicherung und Wahrung der Anonymität ist gesetzliche Pflicht. Im Umfrageverlauf sollten Schwierigkeitsgrad und Inhalt der Fragen sowie die Art der Antwortvorgaben abwechslungsreich gestaltet sein, um die Bereitschaft zur Beantwortung bis zum Schluß aufrecht zu erhalten. Die Fragen müssen einfach, eindeutig und präzise formuliert sein, sie dürfen nicht zu zahlreich, zu lang oder umständlich sein, dies erleichtert sowohl die Beantwortung als auch die Auswertung. *Fragen* können *geschlossen* oder *offen* sein, d.h. mit vorgegebenen Antwortmöglichkeiten, die nur noch angekreuzt werden müssen oder zur freien textlichen Beantwortung. Der Vorteil der Letzteren liegt im größeren Antwortspektrum, der Nachteil im komplizierteren Prozeß der Beantwortung und der Auswertung. Der Mittelweg liegt in *Hybridfragen*, die die Vorgabe von Kategorien mit einer freien Antwortmöglichkeit unter „Sonstiges“ kombinieren.<sup>[15]</sup> Wird der Befragte zu Bewertungen aufgefordert, müssen die Fragen neutral formuliert sein, Beeinflussung durch die Wortwahl sind zu vermeiden. Möglich ist auch die Bewertung durch *verbale Skalen* (z.B. mittels verschiedener Adjektive) oder *numerische Skalen* (z.B. mittels Noten). Die vorgegebenen Antwortmöglichkeiten zur jeweiligen Frage werden auch als Ausprägungen oder *Items* bezeichnet.

Vor der endgültigen Erhebung sollte der Fragebogen einen Pretest durchlaufen, um Fehler zu vermeiden. Aus der Durchsicht der probeweise beantworteten Fragebögen lassen sich Schlüsse auf ungenaue oder umständliche Frageformulierungen, Dopplungen oder fehlende Items ziehen und daraus folgend Veränderungen vornehmen.

Die gewonnenen Daten werden in ein Datenbank- oder Tabellenkalkulationsprogramm eingegeben. Das Programm zur Auswertung muß Beziehungen zwischen den verschiedenen Datenbankbereichen knüpfen können, wie z.B. Excel, SPSS oder SPSS/PC+. Damit können nicht nur Häufigkeiten ausgezählt und Kreuztabellen erstellt, sondern auch Zusammenhänge zwischen bestimmten Variablen hergestellt werden.<sup>[16]</sup> Um das reine Zahlenmaterial in Form von Tabellen allgemein verständlicher zu gestalten, kann es in Diagramme umgesetzt werden. Die Ergebnisse müssen erläutert und in der zweckentsprechenden Form den Befragten, den Mitarbeitern, und der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden.

Neben den oben erläuterten und in Bibliotheken bereits häufig eingesetzten Erhebungsformen gibt es weitere differenzierte Befragungsmethoden, die im Bereich der Sozialforschung von Instituten entwickelt und von besonders geschultem Personal erprobt und angewandt werden. Das gilt im besonderen, wenn Erhebungen auf noch wenig erforschten Gebieten durchgeführt werden sollen. Dies erfordert neue Umfragekonzepte, Frageformulierungen und Fragebögen. Für diesen Fall kommt als unterstützendes Verfahren häufig die *Gruppendiskussion* zur Anwendung. Sie dient dazu, Vermutungen über Einstellungen, Motive und Bedürfnisse der Zielgruppe zu überprüfen. Die Diskussion liefert Hinweise zu Inhalten, Themen und Einschätzungsschritten der Befragung. Auf ihrer Grundlage kann die Strukturierung der Fragebögen festgelegt sowie Formulierungen und Antwortvorgaben zielgruppenspezifisch entwickelt werden. Die gewonnenen Erkenntnisse sind nicht repräsentativ, sondern Grundlage für die in der Befragung zu untersuchenden Hypothesen. Die Diskussionen werden auf Video- und Tonkassetten aufgezeichnet. Das aufgezeichnete Material ermöglicht die Analyse sowohl der sprachlichen Äußerungen, als auch der Gestik und Mimik der Teilnehmer. Um die Überbewertung einzelner Meinungen zu verhindern, werden mehrere Diskussionen zum gleichen Thema mit zielgerichtet ausgewählten Teilnehmergruppen durchgeführt.<sup>[17]</sup>

Weitere Möglichkeiten zur Spezifizierung des quantitativen Teils einer Befragung liegen in vorbereitenden Interviewformen. Ein kleine Anzahl von Personen der gewählten Zielgruppe wird im nondirekten Interview oder im psychologischen Intensivinterview befragt, um zu analysieren, wie sie das Thema der Erhebung selbst beschreiben. In beiden Fällen wird an Hand eines Gesprächsleitfadens befragt. Der Interviewer vermittelt im Gespräch durch seine nondirekte Haltung (= interessiert, akzeptierend, zugewandt) eine Atmosphäre, in der sich die Befragten verstanden und wohl fühlen. Hauptinhalt beim *nondirekten Interview* sind die von den Befragten selbst angesprochenen Themen, die Gespräche folgen ihren Bedürfnissen. Erst am Ende werden wenig oder gar nicht berührte Inhalte vom Interviewer angesprochen. Im *psychologischen Intensivinterview* steuert der Interviewer das Gespräch von Thema zu Thema. Die Auswertung erfolgt inhaltlich nach Tendenzen und Trends, liefert Formulierungen für Antwortvorgaben und Arbeitshypothesen für repräsentative mündliche oder schriftliche Zielgruppenbefragungen.<sup>[18]</sup>

## Beispiele aus der Bibliothekspraxis

Im Folgenden soll am Beispiel unterschiedlicher Befragungen die differenzierte Anwendung der oben dargelegten Grundsätze dokumentiert werden. Die jeweilige Überschrift entspricht dem Titel der analysierten Veröffentlichung.

### Nutzerbefragung in der Stadtbibliothek Magdeburg 1994

Die zur Auswertung herangezogenen Daten waren ursprünglich Teil eines Forschungsprojektes zu „Medienverhalten und Bibliotheksbenutzung“ beim Institut für Bibliothekswissenschaft an der Humboldt-Universität zu Berlin. Vergleichsdaten aus Untersuchungen von 1988 und 1994 sollten Aussagen zum Medienverhalten der Bevölkerung und zur Leistungsfähigkeit der Öffentlichen Bibliotheken im Regierungsbezirk Magdeburg vor und nach der Wende ermöglichen. Für die Stadtbibliothek Magdeburg ergab sich die zusätzliche Gelegenheit der Interpretation der Befragungsergebnisse mit dem Blick auf eigene konzeptionelle Veränderungen im Bestandsaufbau und Dienstleistungsangebot. Befragt wurden 577 Besucher (ca. 5%) der Zentralbibliothek ab 14 Jahre nach systematischer Zufallsauswahl. Die Befragung wurde den freiwilligen Teilnehmern durch einen Projektmitarbeiter erläutert und erfolgte jeweils nach dem Besuch im Eingangsbereich der Bibliothek. Der Fragebogen enthielt 34 Fragen, 31 davon waren geschlossene mit zum Teil sehr zahlreichen Ausprägungen. In mehreren Fällen mußten Einschätzungen durch Bewertungsziffern vorgenommen werden. Die offenen Fragen verlangten Angaben zu entliehenen bzw. nicht aufgefundenen Medien mit Zweckangabe sowie eine Einschätzung der Veränderungen in der Bibliothek nach der Wende. Die Auswertung der Befragungsergebnisse durch eine Arbeitsgruppe von Mitarbeitern der Stadtbibliothek kommentiert die Fakten im Vergleich zu aktuellen bibliotheks-



statistischen Werten und realen Gegebenheiten der praktischen Arbeit. Vergleichswerte aus der Befragung von 1988 sind nicht in diese Auswertung aufgenommen[19], doch stellt sie Beziehungen zu den politischen, sozialen und kulturellen Veränderungen der vergangenen Jahre her und zieht allgemeine Schlußfolgerungen zum Stellenwert der bibliothekarischen Arbeit.[20]

### Entwicklung und Erprobung neuer Konzepte der Bibliotheksarbeit für junge Erwachsene

Das vom DBI initiierte Projekt lief von 1993 bis 1996 in der Stadtteilbibliothek Rostock-Dierkow und der Öffentlichen Hamburger Bücherhalle Mümmelmannsberg. Die konzeptionelle und praktische Arbeit wurde wissenschaftlich durch mehrere Erhebungen begleitet.

Am Beginn stand eine Befragung mittels standardisiertem Fragebogen, deren Ergebnisse Grundlagen für die Entwicklung von jugendgemäßen Angeboten liefern sollte. An der repräsentativen Umfrage beteiligten sich 397 Hamburger und 470 Rostocker Jugendliche im Alter von 12 bis 18 Jahren. Sie fand sowohl (nach dem Prinzip der Klumpenstichprobe) in Schulen als auch in den Bibliotheken statt, so konnten Nutzer und Nichtnutzer erreicht werden. Gefragt wurde nach soziodemographischen Angaben, Freizeitsituation, Mediennutzung, Einschätzung und Nutzung der Bibliothek. Der Fragebogen enthielt 35 zum großen Teil geschlossene, eine offene und zehn Hybridfragen[21] Im Verlauf des Projekts folgten weitere standardisierte Befragungen zum Informationsbedarf und zur Nutzung fremdsprachiger Medien.

Die Befragungen wurden durch leitfadengestützte Interviews ergänzt. Ziel war die Erkundung bis dahin unentdeckter Themen, Haltungen und differenzierter Meinungen. Befragt wurden dabei eine nichtrepräsentative Anzahl Jugendlicher zur Zufriedenheitsmessung sowie Mitarbeiterinnen der Projektbibliotheken zum Projektverlauf und zur Fortführung der Jugendbibliotheksarbeit nach Projektende. Die Interviews wurden auf Tonband aufgezeichnet. Kurze Auszüge gingen anonym in die Abschlussauswertung mit ein.[22]

Ein halbes Jahr nach Abschluß der praktischen Arbeit fand zur Auswertung und Einschätzung des Projektes eine weitere Fragebogenaktion statt, die in Inhalt und Aufbau der Grunddatenerhebung ähnelte. Daran beteiligten sich 367 Hamburger und 364 Rostocker Jugendliche. Der Vergleich beider Erhebungen zeigt Tendenzen der Veränderungen bei Freizeitverhalten und Bibliotheksnutzung.[23]

In der Studie selbst wird nicht von der Entwicklung und Umsetzung einer Marketingkonzeption gesprochen, die eingesetzten Methoden entsprechen dem aber, bezogen auf die gewählte Zielgruppe der jungen Erwachsenen.

### Die effektive Bibliothek – Endbericht des Projekts „Anwendung und Erprobung einer Marketingkonzeption für Öffentliche Bibliotheken“

Aus dem umfangreichen zweibändigen Bericht zum DBI-Projekt wird im folgenden nur auf die Ausführungen aus Band 2 - Anhänge - zu den Befragungen Bezug genommen.[24] Zur Analyse des Ist-Zustandes wurden in den Bibliotheken von Bielefeld, Düsseldorf und im Stadtteil Bremen-Huchting Nutzerbefragungen, in Bremen und Düsseldorf Repräsentativbefragungen und eine Mitarbeiterbefragung (die hier nicht näher erläutert werden soll) in Bielefeld durchgeführt. Bereits diese Aufzählung zeigt, daß die beteiligten Bibliotheken, ausgehend vom gemeinsamen Anliegen, jeweils eigene Schwerpunkte umsetzten. Die Entwicklung der Fragebögen zur Nutzerbefragung fand in enger Kooperation der drei Einrichtungen statt. Sie enthielten zahlreiche identische Fragen, die einen späteren Vergleich ermöglichten. Jedoch unterschieden sie sich in der äußeren Gestaltung, der Wortwahl, der Reihenfolge und Anzahl der Fragen (bedingt durch lokale Besonderheiten) und in verschiedenen Antwortvarianten bei Bewertungsfragen. Da die Fragebögen allein und ohne Hilfestellung auch von Benutzern ab 12 Jahren ausgefüllt werden sollten, wurden in der Mehrzahl geschlossene Fragen gewählt, Bewertungen der Bibliothek und des Personals erfolgten durch Notenvergabe. Erfragt wurden Nutzerverhalten und –interessen sowie soziodemographische Daten. Für die Auswertung und Kommentierung waren unterschiedliche Gesichtspunkte maßgebend, die sich z.T. erst im Verlauf des Projekts oder im Ergebnis der Erhebung herauskristallisierten, wie die Zielgruppe der Videonutzer[25] und die Differenzierung von Benutzern und Besuchern.[26]

Für Bremen und Düsseldorf ergab sich die Konsequenz, aus einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage Daten zu den Nichtbenutzern zu gewinnen. Projektmitarbeiter entwickelten den gemeinsamen Fragebogen mit überwiegend geschlossenen Fragen zur Nutzung einzelner Einrichtungen, zum Nutzungszweck, zu Gründen für Nicht-Mehr-Nutzung, zu fremden Informationsquellen, zur Bedeutung der Bibliothek sowie zum Freizeitverhalten und zu soziodemographischen Angaben. Die Umfragen mittels telefonischem Interview führte FORSA[27] durch. Durch die Projektmitarbeiter erfolgte die verbale Auswertung und die Begründung der marketingorientierten Schlußfolgerungen.

### Jugendliche in Öffentlichen Bibliotheken: 2 Untersuchungen in Leipzig

Die vorgestellten Befragungen von 14- bis 18jährigen fanden im Herbst 1991 und im Februar 1993 in den Leipziger Städtischen Bibliotheken statt. Ziel war die Annäherung an die Wünsche und Vorstellungen von Jugendlichen als wichtige Zielgruppe öffentlicher Bibliotheken. Die Befragung erfolgte schriftlich mittels standardisiertem Fragebogen bei Nutzern und Nicht-Nutzern, die Auswahl der Teilnehmer nach ungeregeltem Zufallsprinzip. 1991 beteiligten sich 143 Jugendliche, 1993 waren es 73, also jeweils keine repräsentative Größe. Die Erläuterung der Umfrageergebnisse verdeutlicht, daß geschlossene und offene Fragen zur Freizeitgestaltung, Medien- und Bibliotheksnutzung gestellt wurden. Neben der Gegenüberstellung der Daten beider Befragungen enthält die Auswertung bereits Hinweise für die praktische Umsetzung.[28]



## Befragungen von Kindern

### Besonderheiten bei der Befragung dieser Zielgruppe

Die oben beschriebenen methodischen Prinzipien für die Durchführung von Befragungen gelten grundsätzlich auch bei Kindern. Doch gibt es Besonderheiten, die altersabhängig und damit entwicklungspsychologisch bedingt sind. Dies betrifft z.B. die Lese-, Ausdrucks- und Konzentrationsfähigkeit, das Problem der Verständlichkeit der Fragestellungen und Antwortvorgaben und die Gefahr der Überforderung. Schwierigkeiten ergeben sich zusätzlich aus der einerseits nötigen Hilfestellung durch Erwachsene (Eltern, Lehrer, Projektmitarbeiter) bei der Beantwortung von Fragen und der gleichzeitigen Gefahr der Beeinflussung. Daraus entstehen für die Entwicklung und Gestaltung der Befragungen und Fragebögen, den Einsatz von Interviewern und die Auswertung der Ergebnisse besondere Anforderungen. Dies wirkt sich wiederum auf personelle und finanzielle Anforderungen aus. Günstige Voraussetzungen für die Finanzierung von Forschungsprojekten ergeben sich erst, wenn entsprechende ökonomische Interessen an der Gewinnung und Verbreitung der Daten vorliegen.[29] Einschränkend wirken zusätzlich länderspezifisch gesetzliche Regelungen (Jugendschutz-, Daten-schutz-, Schulgesetze). Alle diese Faktoren zusammen erklären die relativ geringe Anzahl von Erhebungen bei Kindern. Die nachfolgend charakterisierten Beispiele entstammen der Lese- und Medienforschung, deren differenzierte Untersuchungsgegenstände auch die Interessen von Bibliotheken tangieren.

### Beispiele aus der Lese- und Medienforschung



## Leseverständnis und Lesegewohnheiten deutscher Schüler und Schülerinnen

Die beschriebene Untersuchung ist Teil einer von der *IEA*<sup>[30]</sup> angeregten Internationalen Lesestudie. Die Datenerhebung wurde im Frühjahr 1991 durchgeführt. Über 10 000 Schüler der 3. und 9. Klassen waren in Deutschland daran beteiligt, parallel erfolgten Umfragen bei deutschen und deutschsprachigen Kindern in Europa. Die Entscheidung für die 3. Klasse wurde begründet mit der Beobachtung, daß „von den Kindern bis zum Abschluß des 10. Lebensjahres weitgehend automatisiertes Lesen erwartet wird.“<sup>[31]</sup> Die Teilnehmer wurden per repräsentativer Zufallsstichprobe unter Einbeziehung der Merkmale „Bundesländer“ bzw. „Bezirke“ und „Schulformen“ ausgewählt. Zur Erforschung des Leseverständnisses wurden Lesetests eingesetzt. Gleichzeitig erfolgten Erhebungen bei Schülern, Deutschlehrern und Schulleitern mittels standardisiertem Fragebogen. Die Erkenntnisse wurden zur Einordnung des Leseverständnisses in den individuellen und sozialen Kontext genutzt. Die Fragen an die Schüler zielten auf soziodemographische Daten, Bildungsnähe und Medienbesitz der Familie, Mediennutzungsdauer, Betreuung, Versorgung und Leseförderung zu Hause sowie Lesegewohnheiten und Einstellungen zum Lesen einschließlich Bibliotheksnutzung. Die Befragung wurde von geschulten Testleitern in vier Unterrichtsstunden an zwei Tagen durchgeführt. In der Veröffentlichung ist kein Beispielfragebogen enthalten, aus den Tabellen der Auswertung ist ablesbar, daß hauptsächlich geschlossene Fragen eingesetzt wurden.<sup>[32]</sup>

## Leseklima in der Familie

Die Studie ist Teil eines Gesamtprojektes der Bertelsmann Stiftung zur Lesesozialisation und untersucht Bedingungen und Prozesse zur Leseförderung, Lesepraxis und Lesemotivation innerhalb der Familie. 1991 wurden 200 Kölner Familien mit Kindern am Ende des Grundschulalters (9 - 11 Jahre) befragt. Die dafür entwickelten standardisierten Fragebögen wurden im mündlichen Interview eingesetzt. Im Kinderfragebogen wurden soziodemographische Angaben, Medienbesitz und -gebrauch, Aussagen zu Lesefreude, -frequenz, -vorlieben, -orten, -anreizen und -hemmungen aufgenommen. Erfragt wurde auch die kreative Verarbeitung des Gelesenen, das Leseverhalten der Eltern und schulische Bedingungen der Leseförderung aus der Sicht der Kinder. Die Lesefertigkeit wurde an Hand eines kurzen Lesetest eingeschätzt, die zuletzt gelesenen Bücher in Qualitätsstufen eingeordnet. Die Erhebung bei den Eltern betraf die gleichen Themenbereiche. Die Interviews erfolgten mit Mutter und Kind gemeinsam, dies ermöglichte zusätzlich die Beurteilung des Erziehungsstils und der Kommunikationssituation in der Familie. Leider gibt es in der Veröffentlichung keinen Beispielfragebogen, der Aussagen über Anzahl, Wortwahl und Form der Fragen zuließe. Die Befragung der Kinder dauerte jeweils ca. 45 Minuten. Die Ergebnisse der quantitativen Untersuchung wurden durch die Einbeziehung einer Fallstudie ergänzt.<sup>[33]</sup>

## Leseverhalten von Grundschulkindern

Die Studie wurde 1991/92 in Koblenz von Studenten des Lehramts im Rahmen des Soziologieunterrichts angefertigt. Anregung dazu erhielten sie vom Leiter der Stadtbibliothek. Die Ergebnisse sollten als Grundlage für lesefördernde Maßnahmen dienen. Die Befragung erfolgte in den Klassen 3 und 4 an acht Schulen, die differenziert nach Lage, Größe und Milieu ausgewählt wurden, um ein repräsentatives Abbild der Grundgesamtheit „SchülerInnen aus Koblenz“ zu erhalten. Die Erhebung wurde mittels standardisiertem Fragebogen durchgeführt. Dabei handelt es sich um 15 geschlossene und vier Hybridfragen. Zwei Fragen forderten die Festlegung von Rangfolgen. Der Fragebogen gliedert sich in zwei Teile: 11 Fragen zum Leseverhalten und 9 zu demographischen Daten. Von Interesse waren verschiedene Kriterien für das Leseverhalten wie: Lieblingsbeschäftigung, Lesehäufigkeit, Gründe für das Lesen, Leseinhalte, Lieblingsbücher, Buchbesitz, Leseanregungen, Vorlesen und Bucherwerb. Ihre Beurteilung erfolgte in Beziehung zu sozialen Komponenten, wie Lesegewohnheiten der Familie, Alter, Geschlecht, Geschwister, Beruf der Eltern und Nationalität. Die Frage nach dem Erwerb der Bücher stellte den Direktbezug zur Bibliotheksnutzung her. Die Umfrage mit über 500 Teilnehmern fand im Rahmen des Unterrichts unter Anleitung der Studenten statt. Jede einzelne Frage wurde vor der Beantwortung mit den Kindern besprochen.<sup>[34]</sup>

## Die Medienfreunde unserer Kinder

Die von Prof. Dr. Heidtmann beschriebene und ausgewertete Umfrage wurde von Studenten der Stuttgarter Hochschule für Bibliotheks- und Informationswesen im Sommer 1995 durchgeführt. Ergebnissen der Medienforschung zur Nutzung von Fernseh-, Hörfunk-, Kino-, Video- und Kassettenangeboten sollten qualitative Aussagen zur Medienpräferenz von Kindern gegenübergestellt werden. Befragt wurden 3- bis 14-jährige Bibliotheksbesucher in Stuttgart, Ulm und im mittleren Neckarraum. 160 Kinder waren beteiligt. Die mündliche Form der Befragung ergab sich aus dem Altersunterschied und dem Einsatz von nur drei Fragen nach Identifikationsfiguren, ihrer Vorbildwirkung und Relevanz der Trägermedien. Die Ergebnisse sind nicht repräsentativ, sie wurden beeinflusst von Befragungszeitraum und -region, Anzahl und Auswahl der Zielgruppe. Bestätigt wurden der wachsende Einfluß der AV-Medien, die Vielschichtigkeit kindlicher Interessen und die selbstbewußte Auswahl aus der Medienvielfalt entsprechend der individuellen Situation.<sup>[35]</sup>

## Beispiele aus der Bibliothekspraxis

Telefonische Anfragen beim DBI, den Leitern der Staatlichen Fachstellen in den Regierungsbezirken Chemnitz, Leipzig und Dresden sowie bei der in der Einleitung zitierten Bibliothek in Gütersloh hatten ebenso wenig Erfolg wie die Literaturrecherche: Ein Beispiel für die repräsentative Befragung von Kindern im Rahmen der Erarbeitung einer Marketingkonzeption für *eine* Bibliothek, das direkt in das Chemnitzer Projekt hätte einfließen können, wurde nicht gefunden. Doch standen Veröffentlichungen der Bertelsmann Stiftung zu zwei aktuellen bundesweiten Projekten im Bibliotheksbereich zur Verfügung:

## Öffentliche Bibliothek und Schule – neue Formen der Partnerschaft

Der Marketingschwerpunkt des bis zum Jahr 2000 laufenden Projekts liegt auf der Leseförderung durch Kooperation von Bibliothek und Schule. Am Beginn stand eine Befragung zur Untersuchung der Ausgangslage, die sowohl Ansätze für die weitere Projektgestaltung als auch Vergleichswerte für eine Abschlußbefragung liefern sollte. In sechs Modellstädten wurden 1995/96 insgesamt 4461 SchülerInnen befragt. Die schriftliche Befragung erfolgte im Klassenverband, jeweils betreut von einem Infas<sup>[36]</sup>-Mitarbeiter, der Hilfestellung gab.

- Für die Klassenstufen 1- 2, 3- 6 sowie 7- 10 wurden altersentsprechend verschiedene Fragebogenvarianten erarbeitet. Die Fragen bezogen sich auf:
- Leseverhalten (Neigung, Häufigkeit, Buchbesitz, Inhalte, Anforderungen an Bücher, Zugang zu Büchern, Hemmnisse, Stellenwert),
  - Bibliotheksnutzung (Bekanntheitsgrad, Nutzung, Mediennutzung, Besitz des Leseausweises, Aktivitäten in der Bücherei, Zufriedenheit, Wünsche),
  - Leseinflüsse in der Schule (Lesen und Leseförderung, zusätzliche Lesemöglichkeiten, Lesen in einzelnen Fächern, Entscheidung über Buchauswahl),
  - Rolle des Umfeldes (Leseverhalten der Eltern, Leseförderung zu Hause, Leseverhalten im Freundeskreis),
  - Zusammenhänge zur Freizeitgestaltung (Freizeitaktivitäten, Fernsehnutzung, Computernutzung, Gerätebesitz).

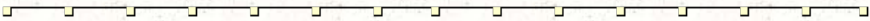
In den Veröffentlichungen zum Projekt sind keine Beispielfragebögen enthalten. Aus den Tabellen und Erläuterungen der Auswertung zeigt sich, daß bis auf eine Ausnahme geschlossene Fragen mit mehreren Items gewählt wurden. In einigen Fällen waren Bewertungen oder Rangordnungen gefordert. Für die Klassen 1 und 2 wurden dafür Symbole zur Verdeutlichung eingesetzt.



Um einen Vergleich der drei Befragungsvarianten zu ermöglichen, wurde aus den zahlreichen Indikatoren zur Leseneigung und -häufigkeit ein „Leseindex“ als Maßstab für das Leseverhalten gebildet.[37]

Betriebsvergleich an Öffentlichen Bibliotheken

Neben anderen Arbeitsmaterialien für ein output-orientiertes Berichtswesen hält der 1. Band der Veröffentlichungen auch einen kurzen Leitfaden und einen Fragebogen für eine Kunden- und Kinderbefragung bereit, d.h. für Benutzer bzw. Besucher der Bibliothek. Der Fragebogen enthält 16 Fragen, zwölf geschlossene, zwei offene und zwei Hybridfragen. Sie beziehen sich auf Besuchshäufigkeit, Tätigkeiten in der Bibliothek, Vorlieben bei Entleihungen, Beurteilung der Bibliothek, Nutzung anderer Einrichtungen, Wünsche an die Bibliothek und demographische Daten. Der Fragebogen wurde im Vergleich zur Testversion, die 1996 z.B. in den Bibliothekssystemen von Düsseldorf, Frankfurt, Leipzig und Nürnberg eingesetzt wurde, in der Anzahl der Fragen und Ausprägungen gekürzt.[38]



Situation der Stadtbibliothek Chemnitz

Gemeinwesen Chemnitz

Chemnitz ist die drittgrößte Stadt Sachsens. Seit 1990 vollzieht sich ein einschneidender Wandel an diesem traditionellen Industriestandort, der ein Zentrum des Maschinenbaus war. Die ehemals 30 Großbetriebe sind zu mittelständischen Unternehmen geschrumpft, verbunden mit einem enormen Arbeitskräfteabbau. Neugründungen von Handel und Handwerk in Gewerbegebieten bestimmen das wirtschaftliche Leben. Derzeit liegt die Arbeitslosenrate bei 19%. Erklärtes Ziel der Stadtväter ist, als Innovations-Werk-Stadt wieder internationale Bedeutung zu erlangen. Wesentliche Faktoren dafür sind die Technische Universität und zahlreiche wirtschaftsverbundene Forschungsinstitutionen.

Seit 1989 ist die Einwohnerzahl stetig gesunken und liegt jetzt bei knapp 250.000[39]. Durch Rekonstruktion und Neubau erhöhte sich zwar die Wohnqualität wesentlich, doch der Trend zum Eigenheim führt zu weiteren Abwanderungen in Randgebiete. Der Ausländeranteil ist mit 1,9% gering. Der Prozentanteil älterer Bürger steigt, der Kinderanteil sinkt, die Geburtenrate liegt bei 50% im Vergleich zu 1989. Daraus folgen Schließungen von Kindertageseinrichtungen und die begonnene Reduzierung der Schulstandorte wird fortgesetzt. So bestehen im Schuljahr 1998/99 49 Grundschulen, 33 Mittelschulen, 12 Gymnasien, das Chemnitzer Schulmodell sowie 4 Schulen in freier Trägerschaft und 48 Berufsbildende Schulen.

360 z.T. kommerzielle Sportanlagen und mehrere Zentren des Leistungssports unterstreichen den Beinamen Sportstadt. Dem stehen Kultureinrichtungen, wie Schauspiel- und Opernhaus, Puppen- und Kabarettbühnen, Museen und Galerien zur Seite, die zum Teil als GmbH mit städtischer Beteiligung geführt werden. Die Entwicklung der Kulturszene wird durch freie Träger gefördert, die jährlich um die knapper werdenden Mittel ringen. Dies betrifft auch soziale, sportliche und kulturelle Freizeitangebote für Kinder und Jugendliche.

Beschreibung der Stadtbibliothek Chemnitz

Chemnitz verfügt über ein großstädtisches Bibliothekssystem, dessen Aufgaben sowohl in der Grundversorgung als auch in der Deckung des gehobenen Bedarfs an Medien für die Bevölkerung der Stadt und des Umlandes liegen. Die Stadtbibliothek versteht sich als Zentrum für Bildung, Kommunikation und Freizeit für alle Bürger.

Kern ist die Zentralbibliothek mit der Freihandbibliothek und den Spezialeinrichtungen Musik- und Internationale Bibliothek. Das Informationszentrum mit Lese- und Arbeitsplätzen bietet Recherchemöglichkeiten in Nachschlagewerken, Zeitschriften, Microfiches, Computern, CD-ROM's und Internet und ist auch Kontaktstelle für Fernleihen. Aus pragmatischen Gründen wurden Regionalkundekabinett und Magazinbibliothek dort angegliedert. Im Lesecafé stehen Zeitschriften sowie drei Internet-Arbeitsplätze für Benutzer zur Verfügung. Gleichzeitig ist es Ort für Ausstellungen und Veranstaltungen. Die zentrale Kinderbibliothek war zum Zeitpunkt der Umfrage im Kinder- und Jugendfreizeitzentrum „Spektrum“ untergebracht und wurde erst Ende 1998 als Kinder- und Jugendbibliothek wieder in die Zentralbibliothek eingegliedert.

Vier Stadtteilbibliotheken, eine Kinder-, eine Zweigbibliothek und zwei Ausleihstellen dienen der Grundversorgung in Wohngebieten und sind dort wichtiger Bestandteil der Infrastruktur. Die Randgebiete werden seit 1994 durch einen Bücherbus versorgt.

Der Gesamtbestand betrug 1998 insgesamt 505.351 Medieneinheiten, davon 170.140 Bände historischen magazinierten Schrifttums. Der aktuelle Bestand (1,9 ME je Einwohner) setzt sich aus Printmedien, audiovisuellen Materialien, Spielen, Schallplatten, Kassetten, CD's, CD-ROM's und Videos zusammen. 32.880 Benutzer, d.h. 13,2 % der Bevölkerung tätigten 1.488.507 Entleihungen, jedes Medium wurde 4,5 mal ausgeliehen. 6202, also 18,9 % der Benutzer sind Kinder von 7 bis 13 Jahren und 5060, also 15,4 % sind Jugendliche von 14 bis 18 Jahren. In allen Teilbibliotheken gibt es Bestandsanteile für diese beiden Gruppen. 1998 fanden insgesamt 562 Veranstaltungen und 136 Führungen statt.

Seit 1993 wurden die einzelnen Bereiche der Zentralbibliothek und seit 1997 die Teilbibliotheken schrittweise in das EDV-System eingebunden. Gleichzeitig läuft die Vernetzung aller kommunalen Bibliotheken. Zwischen Stadt- und Universitätsbibliothek ist seit 1997 ein wechselseitiger Zugriff auf die Bestandsdaten möglich. Benutzer haben Zugang über Internet. Die Stadtbibliothek präsentiert sich im www und strebt dort auch die Darstellung ihres Bestandes an. Ziel ist ebenso die Aufnahme der wertvollen Altbestände in den SWB.

Probleme, Aufgaben- und Funktionsbestimmung

Die Kennziffern der Stadtbibliothek Chemnitz[40] zeigen, daß trotz sinkender Tendenz bei Einwohnern, Bestandsmitteln, Bestandseinheiten und Mitarbeitern die Benutzer- und Besucherzahlen, Entleihungen und Umschlagszahlen, kurz die Leistungen, im Vergleich zu 1994 stiegen. Auffallend sind gleichzeitig die Verschiebung des Benutzer- und Entleihsanteils aus den Zweigbibliotheken in die Zentralbibliothek sowie der prozentual geringere Anteil an Kindern und Jugendlichen. Letzteres kann nur z.T. mit der sinkenden Einwohnerzahl begründet werden.

Das Bibliotheksnetz ist nicht flächendeckend, die Zahl der Personalstellen ist 1998 auf 62 reduziert worden, begründet mit der jährlich anstehenden Einsparung von städtischen Haushaltsmitteln. Leistungsreduzierungen, wie die Verringerung von Öffnungszeiten waren die Folge. Der Bereich „Soziale Bibliotheksarbeit“ wurde Ende 1998 durch Beschluß des Stadtrates trotz Bürgerprotests abgeschafft. Gleiches droht dem Bücherbus. 1993 mußte eine Stadtteilbibliothek im größten Wohngebiet geschlossen werden.

Die Zentralbibliothek ist seit 1950 zentrumsnah in einem ehemaligen Fabrikgebäude untergebracht. Es befindet sich in einem denkbar schlechten baulichen Zustand mit ungünstigen raumklimatischen Verhältnissen. Die Räume sind zu eng und zu zergliedert, Treppenhaus und separate Eingänge der Bereiche



verlängern Wege und verhindern den Aufbau einer zentralen Verbuchung. Seit 1990 waren unterschiedlichste Standorte für eine neue Zentralbibliothek in der Planung. Das aktuelle Projekt sieht für 2004 die Verlagerung in ein historisches Kaufhaus direkt im Zentrum der Stadt vor, gemeinsam mit der Volkshochschule .

Die Kinderbibliothek auf dem Sonnenberg wurde Anfang 1998 in einem stadteigenen Gebäude untergebracht. Der dort ebenfalls ansässige Jugendclub wird hauptsächlich von Jugendlichen aus sozial schwachen Elternhäusern besucht, was immer wieder zu Konflikten mit den Bibliotheksbesuchern und damit teilweise zur Ablehnung dieser Einrichtung durch die Bevölkerung führt. Als Folge ist ein deutliches Absinken der Nutzerzahlen zu registrieren. Ein gemeinsames Projekt soll Abhilfe schaffen.

An der Lösung der genannten Probleme wird intensiv gearbeitet. Für das Pilotprojekt „Dezentrale Ressourcenverantwortung“, welches im Jahr 2000 beginnen soll, hat sich die Stadtbibliothek Chemnitz folgende Ziele gesetzt:

- sie ermöglicht freien Zugang zu Informationen für alle Bürger,
- sie leistet einen wesentlichen Beitrag zur Bildung, Information, Kommunikation und Freizeitgestaltung aller Einwohner der Stadt Chemnitz,
- sie fördert durch kompetente Medienvermittlung das Lesen, gibt Orientierung in der Medien- und Informationsvielfalt und führt zu kreativem Mediengebrauch,
- sie ist Ort kultureller Veranstaltungen, kooperiert mit anderen kulturellen Institutionen, Gruppen und Vereinen.

In Übereinstimmung mit dem Leitbild der Stadt ist das erklärte Ziel bei allen Angeboten und Dienstleistungen eine größtmögliche Benutzerzufriedenheit bei optimaler Nutzung der Bestände. Ein aktueller sowie benutzorientierter Bestand und ein professioneller Service haben oberste Priorität.[\[41\]](#)

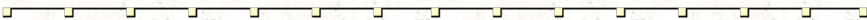
Um dieser Zielstellung gerecht werden zu können, entschloß sich die Leitung der Stadtbibliothek für die zielstrebige Erarbeitung und konsequente Durchsetzung einer Marketingkonzeption.

## Arbeitsschritte zur Konkretisierung der Konzeption

Am Beginn – im Verlauf des Jahres 1997 - standen die Nutzung von Fortbildungsangeboten, intensives Literaturstudium und Erfahrungsaustausch mit anderen Bibliotheken zum Marketing seitens der Leitung. An Hand des in den DBI-Materialien 71 dargestellten ablauflogischen Konzepts[\[42\]](#) wurden die weiteren Schritte geplant und realisiert:

- erste Festlegung von Aufgaben, Funktionen und Zielen der Bibliothek (Ende '97), gleichzeitig Information von übergeordneten Einrichtungen und Förderverein,
- Aushändigung von Material mit den Rahmendaten an Mitarbeiter, Beratungen und Diskussionsrunden (Anfang '98),
- Bildung der Arbeitsgruppe „Marketingkonzeption“ (freiwillige Mitarbeiter aus allen Bereichen),
- in der ersten Zusammenkunft Aufteilung in Teilgruppen, die von da an getrennt an der Gemeinwesenanalyse, den Umfragen und der internen Kapazitäts- und Leistungsmessung arbeiten (Februar '98),
- Zusammenfassung erster Ergebnisse: vorliegende Daten für die Gemeinwesenanalyse, Fragebögen für die Benutzer-, Repräsentativ- und Schülerumfrage (Juni '98),
- Durchführung der Umfragen (November '98), Auswertung (Dezember bis Februar) und Darstellung der Ergebnisse mit ersten Schlußfolgerungen für die Mitarbeiter der Stadtbibliothek durch die Arbeitsgruppe „Befragungen“, Aufbereitung in Form von Tabellen, Grafiken, Texten und Erläuterung durch die Autoren unter verschiedenen Gesichtspunkten - Benutzerstruktur, Ausleihgewohnheiten, Kritiken, Wünsche, Raumgestaltung, Bestand, Angebote, Öffentlichkeitsarbeit, Computernutzung (März '99),
- nachfolgend Information der übergeordneten Dienststellen und der Öffentlichkeit (März '99) in Form einer Pressekonferenz mit vorbereiteten Pressemappen, Folien und einer Gesprächsrunde, im Anschluß Artikel für die Fachpresse, parallel laufend Konkretisierung der Zielsetzungen und Beginn der Umsetzung der Ergebnisse,
- Durchführung der Kapazitäts- und Leistungsmessung mit allen Mitarbeitern (April/ Mai '99) und der Stärken-Schwächen-Analyse, anschließend Auswertung,
- Aufbereitung der Umfrageergebnisse für die beteiligten Schulen (Mai '99),
- Zusammenfassung aller Ergebnisse, Segmentation , Konkretisierung der Marketing-Ziele, Diskussion, Planung der Angebote ( Ziel: Herbst '99) und schrittweise Umsetzung nach Prioritätenliste.

Die mit großem Aufwand in den Analysen gewonnenen Daten liefern gleichzeitig Berechnungsgrundlagen für die ab 1999 geforderte Leistungsrechnung und das Pilotprojekt „Dezentrale Ressourcenverantwortung“.



## Realisierung der Schülerumfrage in Chemnitz

### Zielstellung

Die Schülerumfrage ist eingebettet in den Gesamtprozeß der Erarbeitung der Marketingkonzeption für die Stadtbibliothek. Ihre Zielstellung leitet sich aus der festgeschriebenen Benutzerorientierung ab.

Die Kernpunkte der Befragung konzentrieren sich auf *Freizeitgestaltung, Mediennutzung, Bibliotheksnutzung, Gestaltungswünsche* und *demographische Daten*. Die einzelnen Fragen beziehen sich auf:

- Freizeitbeschäftigungen und Freizeitorte, um zum einen den Stellenwert des Lesens und der Mediennutzung im Ensemble der anderen Freizeittätigkeiten einschätzen zu können und zum anderen die Rolle der Bibliothek in diesem Gefüge zu erkennen,
- Zeitaufwand für das Lesen von Büchern, Comics und Zeitschriften, um das Verhältnis zueinander genauer vergleichen zu können,
- Interessengebiete beim Lesen, um Schlüsse für Veränderungen im Printmedienangebot ziehen zu können,
- Zeitaufwand für das Hören von Kinderliedern, Klassischer Musik, Rock- und Popmusik, Hörspielen und Märchen zum Vergleich zu den Lese-Zeiten und zum derzeitigen Bibliotheksangebot in diesem Bereich,
- Medienbesitz, um den Ausstattungsgrad vor allem mit elektronischen Medien und der dafür erforderlichen Technik zu erfassen und damit Rückschlüsse auf die potentiellen Nutzer eines gezielten Medienangebotes zu ermöglichen,
- Computernutzung, um herauszufinden, wie und für welchen Zweck Kinder die neueste Medientechnik einsetzen,
- Lage der Bibliothek zu Schule oder Wohnung, um den Bekanntheitsgrad und die mögliche Nutzbarkeit zueinander ins Verhältnis zu setzen,
- Informationsmöglichkeiten für Kinder über Bibliotheken, um den Anteil von Familie, Schule, Freunden, Medien und die Wirksamkeit der



- bibliothekarischen Eigenwerbung festzustellen,
- Besuch und Benutzung der Bibliothek, um den Anteil im Verhältnis zueinander und zu den tatsächlichen Benutzerzahlen herauszufinden,
- Gründe für Nichtnutzung als Vergleichsmöglichkeit für interne und externe Anlässe und Grundlage für Veränderungen im Angebot oder Service,
- Weg zur Bibliothek und Zeitaufwand dafür, um die Abhängigkeit der Bibliotheksbenutzung vom dafür nötigen Weg festzustellen,
- Besuchshäufigkeit, Aufenthaltsdauer, Tätigkeiten in der Bibliothek, um Schlußfolgerungen auf Nutzungsgewohnheiten, Anlässe und Zweck der Bibliotheksbesuche zu ermitteln
- der Ausleihvorlieben, um Schlüsse auf einzelne Medientypen und Vergleiche zu Freizeitverhalten oder Mediennutzung zu ziehen,
- Wünsche an die Bibliothek in Bezug auf Medienangebot, Raumgestaltung, Technik und Service, um Prioritäten für Umgestaltungsvorhaben und Angebotsänderungen zu finden,
- Alter und Geschlecht, um spezifische Besonderheiten für diese Gruppen herauszufinden, ergänzt durch Angaben über die Zugehörigkeit zu den Schulformen und Klassenstufen, die sich durch das Prinzip der Klumpenstichprobe ergaben;

## Prämissen für die Durchführung der Umfrage

Eine Befragung durch Interviewer in Haushalten mit Kindern war aus finanziellen und personellen Gründen nicht möglich. Der einfachste Weg, die Genehmigung der Eltern zu erhalten und einen repräsentativen Querschnitt von Kindern der Stadt zu erreichen, schien in diesem Fall über die Schulen zu führen. Dabei wurden nach dem Prinzip der Klumpenstichprobe in festgelegten Klassenstufen ganze Schulklassen in die Befragung einbezogen. Die Entscheidung fiel für die Klassenstufen 4 und 5, da man davon ausgehen kann, daß in diesem Alter der Prozeß des Lesenlernens (als Voraussetzung für die selbständige Bibliotheksbenutzung und die Bearbeitung der Fragebögen) abgeschlossen ist. Die meisten Erstbesuche mit Schulklassen und Hortgruppen finden in den Klassen 2/3 statt, so daß die Einrichtung Bibliothek bekannt sein müßte und bereits feste Nutzergewohnheiten bestehen können. Mit der Klassenstufe 5 ist die Entscheidung für den weiteren Bildungsweg in Mittelschule oder Gymnasium gefallen, weshalb beide Schulformen einbezogen wurden.

Die Ergebnisse der Befragung der jüngeren Benutzer sollten auch Vergleichswerte zu der ebenfalls befragten Gruppe der 12- bis 14jährigen aus den Klassen 7 und 8 liefern, um Veränderungen im Übergangsalter von der Kindheit zur Jugend im Bereich der Freizeitgestaltung sowie der Medien- und Bibliotheksnutzung zu belegen.

Die Auswahl der Schulen[43] war von mehreren Faktoren bestimmt:

- Lage in verschiedenen Wohngebieten der Stadt,
- unterschiedliche Entfernungen zur nächsten Einrichtung der Stadtbibliothek,
- Einbeziehung von Schulen sowohl mit als auch ohne Schulbibliothek,
- Auswahl von Schulen mit einem Querschnitt aller in der Stadt angebotenen Bildungsprofile: technisch, wirtschaftlich, sozial-hauswirtschaftlich, mathematisch, naturwissenschaftlich, alt- und neusprachlich, musisch, sportlich und umweltorientiert;

Den Rahmen für die festgelegte Anzahl der zu befragenden Schüler bildeten vielseitige Überlegungen. Die Stichprobe sollte groß genug sein, um sowohl vergleichbare Werte für die beiden Klassenstufen, die drei Schulformen als auch für Nutzer, Nicht-Nutzer und Nicht-Mehr-Nutzer zu gewinnen. Erhofft wurden auch vergleichbare Werte für die beteiligten Schulen und die Nutzer der einzelnen Bibliothekseinrichtungen. Bedacht wurden auch der mögliche Ausfall von Teilnehmern durch Erkrankung, Verweigerung der Genehmigung durch die Eltern oder der beteiligten Schüler. Angestrebt wurde eine maximale Abweichung von 5% in der Stichprobe. Um auswertbare Fragebögen von jeweils 200 Schülern pro Schulform und damit zugleich die in mehreren Umfragen als repräsentativ bezeichnete Größe von mindestens 5% der Zielgruppe sicher zu erhalten, wurden als Ausgangsgröße für die zu verteilenden Fragebögen 10% der Grundgesamtheit angenommen. Richtwert war dabei die Chemnitzer Schülerzahl von jeweils ca. 2600 der Klassenstufen 4 bzw. 5 im Schuljahr 1998/99[44].

Für die Befragung in den Klassen 4/5 wurde ein standardisierter Fragebogen[45] entwickelt. Er besteht aus 15 geschlossenen Fragen und 4 Hybridfragen. Davon beziehen sich 6 auf die Freizeitgestaltung, 1 auf den Medienbesitz, 10 auf die Bibliotheksbenutzung. Durch Filterfragen erfolgt die Differenzierung von Besuchern, Nutzern, Nicht-Nutzern und Nicht-Mehr-Nutzern. 3 demographische Fragen stehen am Ende. Das Deckblatt enthält eine Auflistung der Einrichtungen der Stadtbibliothek, die Begründung der Umfrage und kurze Erläuterungen zur Beantwortung. In den Fragebogen für die Klassenstufen 7/8 wurden zwei zusätzliche Fragen zur Einschätzung des Medienangebotes und zur Suchstrategie aufgenommen. Inhalt und Gestaltung wurden in der Arbeitsgruppe „Befragungen“ diskutiert. Gleiche Frageansätze ermöglichten in einigen Punkten auch die angestrebte Vergleichbarkeit zur Erwachsenenbefragung.

## Vorbereitung und Durchführung der Umfrage

Ursprünglich war von Seiten der Bibliothek vorgesehen, die Benutzerbefragung in den eigenen Räumen und die Repräsentativumfrage an zentralen Plätzen in der Stadt durchzuführen und so alle Schichten der Bewohner, Nutzer und Nichtnutzer sowie alle Altersgruppen zu erreichen. In der Phase der Vorbereitung zeigte sich, daß laut sächsischer Gesetzgebung Meinungsumfragen durch kommunale Einrichtungen oder Ämter nur mit Zustimmung des Stadtrates möglich sind[46]. Dies wäre nicht kurzfristig erreichbar gewesen.

Umfragen von Forschungseinrichtungen sind von dieser Regelung nicht betroffen. Dank der langjährigen, erfolgreichen Zusammenarbeit zwischen der Technischen Universität Chemnitz und der Stadtbibliothek gelang es, den Leiter der Philosophischen Fakultät, Professor Klaus Boehnke, für dieses Projekt zu gewinnen. Studenten des Forschungsbereichs Soziologie unterstützten die Vorbereitung der Umfragen, die Durchführung der telefonischen Interviews und die Datenauswertung im Rahmen eines Praktikums. Dafür stand das CATI-Labor[47] der Universität zur Verfügung. Die Dateneingabe in das von den Studenten formatierte SPSS-Programm[48] wurde von ABM-Mitarbeitern der Bibliothek realisiert.

Ein weiteres Problem entstand durch die gesetzliche Festlegung, daß Kinder bis zu 14 Jahren nur mit Genehmigung der Eltern befragt werden dürfen. Es bestand aber ein besonderes Interesse an der direkten Befragung dieser Zielgruppe. Im Grundschulalter liegt der Beginn der selbständigen Nutzung der Bibliothek als Kultur- und Bildungseinrichtung. Hier kann durch den freien Zugang zu aktuellen Medien der Grundstein für die lebenslange Nutzung gelegt werden. Um mit dem Bibliotheksangebot auch in den folgenden Jahren möglichst viele Kinder der Stadt zu erreichen, ist es wichtig, Gewohnheiten, Interessen, Einstellungen, Meinungen, und Wünsche bezogen auf ihre Freizeitgestaltung, Medien- und Bibliotheksnutzung zu kennen. Auch in dieser Altersgruppe sollten Nutzer, Nicht-Nutzer und Nicht-Mehr-Nutzer erreicht werden. So ergab sich die Notwendigkeit der Durchführung eine gesonderten Umfrage für diese Zielgruppe.

Aus den in Kapitel 2 und 3 aufgeführten Beispielen der Umfragepraxis wurde entsprechend der Zielsetzung der Marketingkonzeption ein Fragespiegel entwickelt. Mehrere Lehrer bestätigten im voraus die Bearbeitbarkeit in der geplanten Altersgruppe.

Mit den Direktoren der ausgewählten Schulen wurden Gespräche zu Anliegen, Inhalt und Durchführung der Umfrage geführt. Erfreulich waren das große Interesse und die allseitige Bereitschaft zur Beteiligung an einer Befragung zum Thema Lesen, Medien- und Bibliotheksnutzung.

Gleiches kann leider vom Oberschulamt nicht gesagt werden. Der geforderte Nachweis des wissenschaftlichen Wertes der Umfrage wurde durch die Bibliothek



erbracht. Von Seiten der Lehrer gab es Vorschläge für die Eingliederung in ausgewiesene Unterrichtseinheiten. Trotzdem wurde die Genehmigung für die Durchführung mit der Auflage verbunden, die Befragung außerhalb des Unterrichts durchzuführen, um „die Belastung für Schule, Lehrer und Schüler ... in einem zumutbaren Rahmen zu halten.“ In der entsprechenden Verwaltungsvorschrift wird dies so nicht gefordert.<sup>[49]</sup> Bedenkt man die bildungsrelevante Nähe des Befragungsthemas, ist diese bürokratische Entscheidung besonders unverständlich.<sup>[50]</sup>

Für die Marketingstrategie ergab sich bereits vor der Auswertung der Umfrage aus dieser unterschiedlichen Behandlung der Kultur- und Bildungseinrichtung Stadtbibliothek durch Partner und politisch Verantwortliche die Schlußfolgerung der besonderen Dringlichkeit der Lobbyarbeit bei letzteren.

Dank der mehrfach geäußerten positiven Einstellung der Direktoren und Lehrer zu den Leistungen der Stadtbibliothek und ihrer daraus resultierenden Kompromißbereitschaft wurde die Durchführung der Umfrage trotzdem möglich. So erfolgte die Einführung und Erläuterung des Themas sowie des Fragebogens im Unterricht, nach Vorlage der Genehmigung der Eltern und der eigenen Bereitschaftserklärung die Beantwortung durch die Schüler in anschließenden Freistunden oder nach Schulschluß. Ob dies die Belastung verringerte, ist fraglich. Der Einfluß auf die Rücklaufquote war beträchtlich, sie schwankt zwischen 25% und 92% pro Schule<sup>[51]</sup>.

Nach der Genehmigung durch das Oberschulamt wurden die Fragebögen den Auflagen entsprechend geändert, d.h. die Frage nach der Postleitzahl des Wohnortes wurde gestrichen. Als Ersatz wurde die Frage „Gibt es in deiner Nähe eine Bibliothek?“ eingefügt.

Der Pretest zur Befragung fand in jeweils einer Klasse 4 und 5 in einer unterrichtsfreien Stunde statt. Die Schüler benötigten für die Beantwortung 15 bis 20 Minuten. Die Beteiligung lag in beiden Klassen bei 85%. Nach der Auswertung und Gesprächen mit den Lehrern zu Bearbeitungsproblemen wurde der Text auf dem Deckblatt um den Vermerk „... schreibt bitte euren Namen nicht auf den Fragebogen“ erweitert, die Anzahl der möglichen Antworten zu Lieblingstätigkeiten und Interessengebieten von 3 auf 5 erhöht und die Filterfragen deutlicher hervorgehoben. Der Druck wurde von der Ratsdruckerei kostengünstig übernommen.

Die Schulen erhielten sowohl den Bescheid des Oberschulamtes als auch Erläuterungen zum Fragebogen für die Lehrer, den Genehmigungsantrag an die Eltern und die Fragebögen entsprechend der gemeldeten Schülerzahl; insgesamt 265 an Grundschüler der Klassen 4, 265 an Mittelschüler und 270 an Gymnasialschüler der Klassen 5. Alle Umfragen der Stadtbibliothek erfolgten zeitgleich im November 1998, die Schulen erhielten die Materialien nach den Herbstferien und hatten zum Vorbereiten, Einholen der Genehmigungen der Eltern, Erläutern und Beantworten der Fragebögen 3 Wochen Zeit. Für Nachfragen stand eine Kontaktperson in der Bibliothek zur Verfügung. In der letzten Novemberwoche fanden mit den Direktoren Gespräche zur Auswertung des Ablaufs und zur Beteiligung an der Umfrage statt. Gleichzeitig erfolgte der Rücklauf der Fragebögen zur Bibliothek.



# Auswertung der Umfrage

## Beschreibung der Stichprobe

Schulart	männlich	%	weiblich	%	Summe	%
Grundschule	91	35%	67	22%	158	28%
Mittelschule	82	31%	84	28%	166	29%
Gymnasium	89	34%	151	50%	240	43%
Summe	262	100%	302	100%	564	100%

Tabelle 1 Teilnahme nach Schulart und Geschlecht

Schulart	männlich	%	weiblich	%	Summe	%
Grundschule	1288	48%	1354	49%	2642	49%
Mittelschule	950	35%	873	32%	1823	34%
Gymnasium	449	17%	515	19%	964	18%
Summe	2687	100%	2742	100%	5429	100%

Tabelle 2 Tatsächliche Schülerzahl Klassen 4/5<sup>[52]</sup>

Insgesamt nahmen 564 Kinder an der Befragung teil, das sind 10,4 % der Chemnitzer Schüler in den Klassen 4 und 5 im Schuljahr 1998/99, damit ist die Größe der Stichprobe ausreichend für Schlüsse auf diese Grundgesamtheit. Das Durchschnittsalter der befragten Schüler in den Klassen 4 der Grundschule beträgt 9,8 Jahre, in den Klassen 5 der Mittelschulen und Gymnasien 10,7 Jahre bzw. 10,5 Jahre, differiert also zwischen diesen beiden Schulformen nur wenig.<sup>[53]</sup>

Betrachtet man aber die Verteilung nach Geschlecht und Schulformen und vergleicht sie mit der entsprechenden Schülerzahl in der Grundgesamtheit, fällt vor allem die hohe Beteiligung der Gymnasialschüler und der Mädchen auf, was zu einem Ungleichgewicht innerhalb der Stichprobe führt. Dies ist zum einen der bewußt gleich groß festgelegten Stichprobenanteile für die drei Schulformen und zum anderen der bereits erwähnten sehr differierenden Teilnahmequote geschuldet. Um vergleichende Aussagen zu Schulformen und Geschlecht oder Rückschlüsse auf die Grundgesamtheit treffen zu können, mußte das Teilnehmerverhältnis entsprechend der Grundgesamtheit rechnerisch korrigiert werden, d.h. die tatsächlichen Ergebnisse werden gewichtet<sup>[54]</sup>. Die Gewichtungsfaktoren werden mit Hilfe von Verhältnisgleichungen ermittelt:

Sollumfang der jeweiligen Stichprobe

Gewichtungsfaktor

=

tatsächlich erhobene Anzahl der Teilstichprobe

Sollumfang der jeweiligen Teilstichprobe (gesucht)

=

Anzahl der Teilstichprobe in der Grundgesamtheit

Stichprobenumfang aller Befragten

Anzahl der Grundgesamtheit

Die folgende Tabelle zeigt die Zusammenfassung der errechneten Faktoren:

	Schüler			Schulart		Geschlecht		Produkt	
Schulart	Geschlecht	In Chemnitz	Stich probe	Soll umfang	Gewichtungs faktor	Soll umfang	Gewichtungs faktor	Soll umfang	Gewichtungs faktor
Grundschule	männlich	1288	91			77	0,85	134	1,47



Grundschule	weiblich	1354	67			81	1,21	141	2,10
Grundschule	gesamt	2642	158	274	1,74				
Mittelschule	männlich	950	82			87	1,05	99	1,20
Mittelschule	weiblich	873	84			79	0,95	91	1,08
Mittelschule	gesamt	1823	166	189	1,14				
Gymnasium	männlich	449	89			112	1,26	47	0,52
Gymnasium	weiblich	515	151			128	0,85	54	0,35
Gymnasium	gesamt	964	240	100	0,42				
gesamt	männlich	2687	262			279	1,07		
gesamt	weiblich	2742	302			285	0,94		
gesamt		5429	564	564		564		564	

Tabelle 3 Gewichtungsfaktoren

Die in den folgenden Tabellen aufgeführten Werte basieren auf der Grundlage der gewichteten absoluten Werte der Umfrageergebnisse.[\[55\]](#)

## Auswertung der Einzelfragen

Die getroffenen Aussagen beziehen sich auf die beschriebene Grundgesamtheit der Klassen 4 und 5 in Chemnitz. Wenn also von Kindern, Schülern, Jungen, Mädchen, Schulformen u.a. gesprochen wird, sind immer Teile dieser Grundgesamtheit gemeint. Die Fragen zur Freizeitgestaltung und zur Mediennutzung waren an alle Befragten gerichtet. Mit der Frage nach dem Bibliotheksbesuch bzw. der Bibliotheksnutzung erfolgte eine Filterung in Nutzer und Nicht-Nutzer bzw. auch Nicht-Mehr-Nutzer. Die Auswertungen der Nutzungsgewohnheiten beziehen sich nur auf die Besucher der Stadtbibliothek, nicht die der Schulbibliotheken. Die Auswertung der Wünsche an die Bibliothek bezieht sich wiederum auf alle Befragten, allerdings geordnet nach Nutzer, Nicht-Nutzer und Nicht-Mehr-Nutzer.

### Freizeitinteressen der Kinder

gewichtet N = 564	Grundschule	Gymnasium	Mittelschule	männlich	weiblich	gesamt	%
Freunde treffen	58,0%	65,9%	66,1%	64,6%	59,6%	350	62,1%
Spiele	66,4%	51,9%	53,5%	66,6%	52,6%	336	59,5%
Zeitschriften/Bücher lesen	48,7%	69,5%	54,7%	44,6%	63,9%	307	54,4%
Fernsehen	52,7%	47,0%	46,3%	59,6%	39,7%	280	49,6%
Computer spielen	42,5%	44,9%	45,2%	65,2%	23,0%	247	43,9%
Musik hören	47,6%	44,0%	37,2%	37,0%	49,7%	245	43,5%
Haustier versorgen	37,0%	32,6%	35,0%	23,8%	47,1%	201	35,6%
Basteln	27,3%	26,9%	24,0%	13,7%	38,4%	147	26,1%
Videos anschauen	22,0%	20,0%	26,4%	29,3%	17,1%	131	23,1%
Bummeln gehen	16,9%	15,7%	20,5%	11,7%	24,0%	101	17,9%
Musizieren	10,6%	15,5%	9,2%	4,4%	17,4%	62	11,0%
Einkaufen	6,7%	8,6%	8,9%	6,0%	9,6%	44	7,8%
keine Angabe	0,8%	0,9%	0,0%	0,2%	0,9%	3	0,5%

Tabelle 4 Was machst du in deiner Freizeit am liebsten? (bis zu 5 Nennungen möglich)

Die Befragten konnten aus 13 Kategorien auswählen. In der Summe betrachtet, nimmt das Zusammensein mit Freunden den wichtigsten Platz ein, gefolgt von Spielen und Sport treiben. An 4. Stelle steht das Lesen von Büchern und Zeitschriften. Beträchtliche Unterschiede bei den Freizeitvorlieben zeigen sich zwischen den Geschlechtern und den Schulformen, so z.B. beim Spielen, das bei den Jungen und den Grundschulern auf dem 1. Rang steht, und beim Lesen, das für die Gymnasialschüler und die Mädchen am wichtigsten ist.

Für die Bibliothek von besonderem Interesse ist außer dem Lesen die Nutzung weiterer Medien in der Freizeit. Fernsehen, Computer spielen und Musik hören folgen insgesamt an 5. bis 7. Stelle. Auch hier zeigen sich geschlechtsspezifische Unterschiede: Musikhören hat bei den Mädchen mehr Gewicht, Fernsehen nimmt bei den Jungen einen grösseren Raum ein, verstärkt wird diese Gewohnheit noch durch höhere Anteile beim Videoanschauen. Am auffälligsten ist die unterschiedliche Bedeutung des Computerspielens für Mädchen und Jungen, für letztere ist es an die 2. Stelle der Freizeitbeschäftigungen getreten und wichtiger als Fernsehen. Insgesamt hat die Nutzung von Print- und elektronischen Medien in der Freizeit einen hohen Stellenwert.

### Freizeitorte der Kinder

gewichtet N=564	Grundschule	Gymnasium	Mittelschule	Männlich	weiblich	Gesamt	%
bei Freunden	47,0%	54,7%	58,4%	50,8%	53,5%	294	52,2%
zu Hause	52,2%	53,2%	45,6%	48,5%	51,8%	283	50,2%
im Freien	40,1%	42,7%	49,3%	40,6%	46,6%	246	43,6%
Sporthalle/ Schwimmbad	30,5%	30,9%	37,3%	32,0%	33,7%	185	32,9%
im Kino	25,8%	22,7%	19,4%	28,0%	18,3%	130	23,1%
bei Großeltern	20,7%	27,7%	21,8%	24,4%	20,2%	126	22,3%
in der Bibliothek	17,8%	18,5%	17,8%	11,5%	24,2%	101	17,9%
Sportplatz	11,1%	11,4%	19,9%	22,2%	6,1%	79	14,1%
Buch- oder Musikladen	10,9%	10,4%	8,4%	6,7%	13,1%	56	9,9%
Kaufhaus	6,7%	10,6%	7,7%	9,5%	6,0%	43	7,7%

in der Schule	8,0%	6,2%	7,2%	4,6%	10,2%	42	7,4%
im Hort	8,4%	0,4%	1,2%	5,7%	3,5%	26	4,6%
im Freizeitzentrum	5,5%	2,3%	2,9%	4,2%	4,0%	23	4,1%
keine Angabe	0,8%	0,0%	0,6%	0,4%	0,7%	3	0,6%

Tabelle 5 Wo hältst du dich in deiner Freizeit am liebsten auf? (bis zu 3 Nennungen möglich)

Parallel zur liebsten Freizeitbeschäftigung ist auch der liebste Aufenthaltsort bei Freunden. Für die Mädchen und die Schüler der 5. Klassen noch wichtiger als für die anderen. Danach folgt der Aufenthalt zu Hause, der für Jungen und Mittelschüler etwas weniger wichtig ist. Im Freien, in den Sportstätten, im Kino und bei den Großeltern sind weitere beliebte Freizeitorte. An 7. Stelle folgt die Bibliothek, für die Gruppe der Mädchen mit der größten Bedeutung. Die unter “anderes” angeführten Orte sind im wesentlichen sehr differenzierte Einzelnennungen.[\[56\]](#)

Printmedien und deren zeitliche Nutzung

gewichtet N = 564	Grundschule	Gymnasium	Mittelschule	männlich	weiblich	gesamt	%
Keine	17,8%	8,0%	23,0%	24,8%	11,0%	101	17,8%
15 min	32,6%	29,3%	26,5%	30,4%	29,5%	169	30,0%
30 min	21,4%	27,4%	19,0%	20,2%	23,1%	122	21,7%
1 h	13,2%	21,8%	17,8%	12,1%	20,4%	92	16,3%
2h	6,3%	4,1%	6,0%	5,5%	6,1%	33	5,8%
mehr als 2h	6,0%	7,9%	5,8%	5,1%	7,5%	35	6,3%
keine Angabe	2,6%	1,4%	1,8%	1,9%	2,4%	12	2,1%

Tabelle 6 Wieviel Zeit verbringst du täglich ungefähr mit dem Lesen von Büchern?

Wie Tabelle 6 zeigt, zählt fast ein Drittel der Kinder zu den ‚Weniglesern‘ (15 Minuten), die Unterschiede zwischen Geschlecht und Schulformen sind hier relativ gering. Bei den ‚Normallesern‘ (30 Minuten) zeigt sich ein deutlich höherer Anteil der Gymnasialschüler im Vergleich zu den Mittelschülern. Wiederum fast ein Drittel der Kinder sind ‚Vielleser‘ (1 Stunde und mehr)[\[57\]](#), wobei Grundschüler und Jungen deutlich darunter liegen.

gewichtet N = 564	Grundschule	Gymnasium	Mittelschule	männlich	weiblich	gesamt	%
Keine	23,0%	25,2%	29,5%	14,2%	36,7%	144	25,5%
15 min	32,9%	31,3%	25,4%	30,2%	30,0%	170	30,1%
30 min	22,1%	26,7%	26,9%	31,9%	17,3%	138	24,5%
1 h	8,2%	10,1%	9,1%	12,2%	5,5%	50	8,8%
2h	1,8%	1,8%	3,1%	3,2%	1,4%	13	2,3%
mehr als 2h	3,7%	2,1%	3,1%	4,2%	2,2%	18	3,2%
keine Angabe	8,3%	2,8%	2,9%	4,1%	6,9%	31	5,5%

Tabelle 7 Wieviel Zeit verbringst du täglich ungefähr mit dem Lesen von Comics?

Im Vergleich zum Bücherlesen zeigt sich, daß für Comics weniger Zeit aufgewendet wird, die Zahl der ‚Wenigleser‘ ist gleich hoch, die der ‚Normalleser‘ wenig höher, doch die der ‚Vielleser‘ beträgt nur etwa die Hälfte. Die Jungen nehmen sich die meiste Zeit zum Lesen von Comics.

gewichtet N = 564	Grundschule	Gymnasium	Mittelschule	männlich	weiblich	gesamt	%
Keine	30,9%	18,8%	25,2%	33,2%	20,6%	151	26,8%
15 min	24,8%	36,1%	37,0%	27,8%	33,9%	174	30,9%
30 min	20,6%	30,4%	22,8%	21,4%	24,7%	130	23,1%
1 h	9,3%	7,9%	7,7%	6,3%	10,8%	48	8,5%
2h	3,4%	1,4%	3,7%	2,8%	3,5%	18	3,1%
mehr als 2h	2,4%	1,9%	0,6%	2,2%	1,2%	10	1,7%
keine Angabe	8,6%	3,5%	3,0%	6,4%	5,3%	33	5,8%

Tabelle 8 Wieviel Zeit verbringst du täglich ungefähr mit dem Lesen von Zeitschriften?

Die Lesezeit für Zeitschriften ist insgesamt der der Comics sehr ähnlich. In der Mittelschule und im Gymnasium wird der Trend zur schnellen, weniger zeitaufwendigen Informationsquelle deutlich. Für Mädchen sind Zeitschriften wichtiger als Comics und sie wenden dafür mehr Zeit als die Jungen auf.

Leseinteressen der Kinder

Zur Fragestellung “Was interessiert dich dabei (beim Lesen) besonders ?” standen den Kindern 30 Items zur Auswahl, die sich zum einen an der KAB/K, zum anderen an Gattungen wie Märchen und Krimi bzw. an oft gefragten Themen orientieren. Davon sollten die 5 wichtigsten angekreuzt werden. Zur besseren Übersicht sind in der folgenden Tabelle nur die Plätze 1 - 15, sortiert nach Gesamthäufigkeit, aufgenommen.[\[58\]](#)

gewichtet N = 564	Grundschule	Gymnasium	Mittelschule	männlich	weiblich	gesamt	%
Tiere, Natur, Umwelt	41,5%	41,4%	34,0%	30,3%	47,5%	220	39,0%
Haustiere	35,8%	33,5%	37,0%	17,3%	53,9%	202	35,8%
Sport	30,7%	26,1%	45,4%	50,3%	19,6%	196	34,8%
Abenteuer	28,0%	40,3%	34,1%	36,0%	28,6%	182	32,2%
Computer	21,1%	30,2%	26,2%	39,0%	10,2%	138	24,5%
Grusel	20,2%	28,3%	27,2%	27,4%	20,7%	135	24,0%
Musik, gruppen,	25,2%	18,9%	20,7%	10,6%	34,3%	127	22,6%



SängerInnen							
Pferde	24,8%	13,8%	21,7%	1,9%	41,3%	123	21,8%
Spiele	23,0%	18,9%	19,0%	24,5%	17,4%	118	20,9%
Auto, Motorsport, Fahrzeuge	22,0%	18,1%	19,0%	40,5%	0,5%	114	20,3%
Armee/Waffen	24,8%	12,9%	15,8%	36,5%	3,1%	111	19,7%
Krimi	19,2%	21,3%	17,7%	23,4%	14,8%	108	19,1%
Technik	14,2%	21,1%	15,8%	30,1%	2,1%	90	16,0%
Freundschaft, Liebe	8,7%	16,2%	20,5%	6,0%	21,8%	79	14,0%
Sammeln, Basteln	11,3%	10,4%	9,4%	5,2%	15,7%	59	10,5%

Tabelle 9 Was interessiert dich dabei besonders? ( Platz 1 – 15)

An den letzten beiden Spalten ist die Bedeutung der einzelnen Themen in ihrer Reihenfolge sehr leicht ablesbar. Doch gibt es innerhalb der einzelnen Interessengebiete beträchtliche Unterschiede zwischen den Geschlechtern und den Schulformen. Am augenscheinlichsten sind die Unterschiede bei den Themen Auto/Motorsport/Fahrzeuge, Armee/Waffen und Technik, die für die Jungen von größter Bedeutung sind, für die Mädchen aber fast keine Rolle spielen. Auch für Computerliteratur interessieren sich die Jungen wesentlich mehr. Umgekehrt ist es bei den Themen Pferde, Haustiere, Freundschaft/Liebe und Musikinterpreten, die für die Mädchen von größerem Interesse sind. Zwischen den Schulformen sind die Interessenunterschiede nicht ganz so gravierend. Doch zeigen sich einige deutliche Trends: So ist für die Mittelschüler Sport wesentlich wichtiger als für die Gymnasiasten; diese interessieren sich mehr für Tiere/ Natur/Umwelt, Abenteuer und Computer. Für die Grundschüler stehen Tiere/Natur/ Umwelt sowie Haustiere an vorderster Stelle, das Thema Freundschaft/Liebe spielt noch eine untergeordnete Rolle, während es in der Klasse 5 der Mittelschule schon ins Mittelfeld rückt. Vergleichbare Werte aus anderen Umfragen konnten für diese Altersgruppe nicht ermittelt werden.

Hörmedien und deren zeitliche Nutzung

gewichtet	N = 564	Grundschule	Gymnasium	Mittelschule	männlich	weiblich	gesamt	%
keine		67,5%	77,0%	69,2%	75,9%	63,7%	393	69,8%
30 min		13,8%	12,7%	15,8%	9,7%	18,7%	80	14,3%
1 h		6,3%	1,8%	3,6%	4,8%	4,3%	26	4,6%
2h		0,0%	0,0%	1,8%	0,4%	0,8%	3	0,6%
mehr als 2h		2,3%	1,8%	1,1%	0,0%	3,6%	10	1,8%
keine Angabe		10,2%	6,8%	8,4%	9,1%	8,9%	51	9,0%

Tabelle 10 Tägliche Nutzung von Kassetten/CD's (Kinderlieder)

gewichtet	N = 564	Grundschule	Gymnasium	Mittelschule	männlich	weiblich	gesamt	%
keine		60,5%	62,4%	69,3%	63,2%	64,4%	360	63,8%
30 min		15,8%	23,8%	15,7%	18,3%	16,0%	97	17,2%
1 h		6,3%	5,3%	4,8%	6,0%	5,2%	32	5,6%
2h		3,4%	1,2%	0,6%	1,7%	2,5%	12	2,1%
mehr als 2h		3,9%	0,0%	1,1%	1,6%	3,0%	13	2,3%
keine Angabe		10,2%	7,4%	8,4%	9,3%	8,9%	51	9,1%

Tabelle 11 Tägliche Nutzung von Kassetten/CD's (klassische Musik)

gewichtet	N = 564	Grundschule	Gymnasium	Mittelschule	männlich	weiblich	gesamt	%
keine		24,9%	11,0%	12,1%	20,4%	16,0%	102	18,1%
30 min		22,3%	38,3%	36,0%	35,2%	24,4%	168	29,8%
1 h		22,1%	23,4%	26,3%	20,7%	26,7%	134	23,7%
2h		10,6%	12,3%	9,6%	7,4%	13,6%	60	10,6%
mehr als 2h		15,6%	12,5%	13,6%	11,8%	16,9%	81	14,4%
keine Angabe		4,5%	2,5%	2,3%	4,5%	2,4%	19	3,4%

Tabelle 12 Tägliche Nutzung von Kassetten/CD's (Rock- und Popmusik)

Der Vergleich der Nutzung von Kassetten und CD's bezogen auf verschiedene Musikgenres zeigt, daß Rock- und Popmusik bereits den wichtigsten Platz und das größte Zeitbudget einnimmt; von den Mädchen mehr genutzt wird als von den Jungen und von Mittel- und Gymnasialschülern mehr als von Grundschulern. Letzteres kann im Altersunterschied begründet sein. Im Gegensatz dazu wird deutlich, daß auch Kinderlieder noch gehört werden, insgesamt und im Zeitbudget aber bereits die geringste Rolle spielen. Mädchen und Mittelschüler liegen etwas über dem Gesamtwert. Interessant ist, daß klassische Musik etwas mehr Bedeutung hat als Kinderlieder.

Hörspiele nehmen im Freizeitbudget einen größeren Raum ein als Kinderlieder und Klassische Musik, sind aber schon von Rock- und Popmusik überholt. Rund die Hälfte der Befragten nutzt Hörspiele für die Freizeitgestaltung, wobei sie bei Mädchen und Grundschulern häufiger und länger zum Einsatz kommen. Der gleiche Trend zeigt sich auch bei Märchen, die von mehr als einem Drittel der Befragten gehört werden, wie die folgenden Tabellen zeigen.

gewichtet	N = 564	Grundschule	Gymnasium	Mittelschule	männlich	weiblich	gesamt	%
keine		38,1%	48,1%	44,4%	50,7%	33,5%	237	42,0%
30 min		21,7%	25,7%	26,1%	20,7%	27,0%	135	23,9%
1 h		20,0%	12,0%	13,8%	14,2%	18,7%	93	16,5%
2h		6,2%	3,7%	2,3%	3,0%	5,9%	25	4,5%
mehr als 2h		3,6%	4,2%	6,7%	3,5%	6,0%	27	4,7%
keine Angabe		10,4%	6,3%	6,7%	7,9%	8,9%	48	8,4%



Tabelle 13 Tägliche Nutzung von Kassetten/CD's (Hörspiele)

gewichtet	N = 564	Grundschule	Gymnasium	Mittelschule	männlich	weiblich	gesamt	%
keine		47,0%	59,7%	60,2%	63,3%	44,3%	303	53,7%
30 min		21,8%	20,4%	19,7%	16,9%	24,7%	118	20,9%
1 h		12,0%	9,7%	5,3%	8,4%	10,3%	53	9,4%
2h		3,1%	0,9%	3,4%	0,2%	5,3%	16	2,8%
mehr als 2h		3,1%	1,4%	2,3%	0,0%	5,0%	14	2,5%
keine Angabe		13,1%	7,9%	9,0%	11,2%	10,4%	61	10,8%

Tabelle 14 Tägliche Nutzung von Kassetten/CD's (Märchen)

Medienbesitz

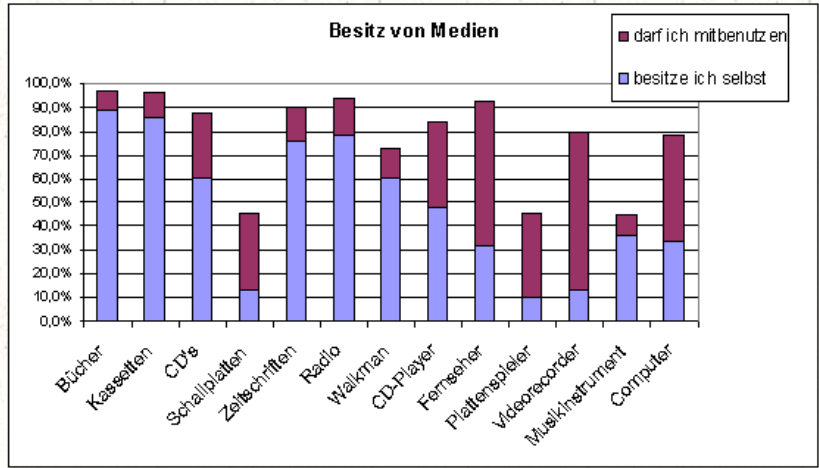


Abbildung 1 Was besitzt du selbst oder darfst es mitbenutzen ? (ungewichtet gesamt)

Die Verfügbarkeit über Medien und Geräte ist bei den befragten Kindern insgesamt hoch. Bei Büchern und Kassetten werden fast 90% durch Eigenbesitz erreicht. Zeitschriften und Radio liegen im 80%-Bereich, gefolgt von CD's und Walkman bei 60%. CD-Player und Fernsehgerät erreichen beim Eigenbesitz über 40 bzw. 30%, durch die Mitbenutzung stehen sie für über 80 bzw. 90% der Kinder zur Verfügung. Einen Videorecorder haben rund 12% der Kinder, weitere 68% dürfen ihn mit nutzen. Der Ausstattungsgrad mit Plattenspieler und Schallplatten ist, der technischen Entwicklung folgend, mit 10 bzw. 12% bei den Kindern und 45% in den Haushalten deutlich geringer. Über 30% der Kinder besitzen ein eigenes Musikinstrument. Das modernste Medium, der Computer, steht schon in über 30% der Kinderzimmer und in fast 80% der Haushalte. Allerdings gibt es auch beim Ausstattungsgrad mit Medien, im besonderen beim Computer, wesentliche Unterschiede bei Schulformen und Geschlecht der Befragten.<sup>[59]</sup>

Computernutzung

gewichtet N = 564	Grundschule	Gymnasium	Mittelschule	männlich	weiblich	gesamt	%
Spiele	74,6%	80,3%	77,1%	85,4%	67,7%	431	76,4%
Texte schreiben	35,9%	57,1%	46,8%	38,9%	47,6%	244	43,3%
Lernen	39,3%	44,9%	41,2%	35,5%	46,2%	231	40,9%
Programmieren	9,3%	17,2%	13,1%	18,3%	5,7%	67	11,9%
Internet	9,4%	14,7%	4,9%	10,3%	7,4%	50	8,8%
Musizieren	4,7%	6,0%	5,3%	4,0%	6,2%	29	5,1%
keine Angabe	20,3%	10,7%	15,8%	11,8%	22,2%	96	17,1%

Tabelle 15 Wofür nutzt du den Computer?

Der hohe Anteil der Nutzung des Computers zum Spielen bestätigt noch einmal das Ergebnis der Frage nach den Freizeitbeschäftigungen. Deutliche Unterschiede zeigen sich hier wieder zwischen Jungen und Mädchen. Jungen spielen, programmieren und surfen mehr im Internet. Mädchen nutzen den Computer mehr zum Lernen und Texte schreiben. Auch bei den Schulformen gibt es Nutzungsunterschiede. Im Vergleich der Klassen 4 und 5 spielt der Computer mit all seinen Möglichkeiten bei den Älteren eine größere Rolle, Gymnasiasten nutzen ihn am meisten. Beim Texte Schreiben ergeben sich zwischen Grundschule und Gymnasium über 20% Unterschied. Beachtlich ist die Internetnutzung, die insgesamt bereits bei fast 9% liegt.

Bekanntheitsgrad der Bibliotheken

Die Ergebnisse dieser Frage wurden nicht gewichtet, da es nicht sinnvoll ist, bezogen auf die einzelnen Schulen, Schlußfolgerungen auf die Grundgesamtheit zu ziehen.

Eindeutig ist der Unterschied im Bekanntheitsgrad zwischen den Schulen mit bzw. ohne Schulbibliothek (siehe Tabellen 16 und 17). Der Vergleich zwischen den Schulen ohne Schulbibliothek zeigt große Differenzen im Bekanntheitsgrad, die eindeutig im Zusammenhang mit der großen Entfernung zur nächsten Bibliothek stehen. Meist ist dies auch mit geringeren Kontakten zwischen Schule und Bibliothek verbunden.

Schule	ja	nein	weiß nicht	Summe	ja	nein	weiß nicht
Andre-Gymnasium	76	2	6	84	90,5%	2,4%	7,1%
Gymnasium Schloßteich	51	4	15	70	72,9%	5,7%	21,4%

Heisenberg-Gymnasium	63	5	10	78	80,8%	6,4%	12,8%
Luisen-Mittelschule	40	4	9	53	75,5%	7,5%	17,0%
Summe	230	15	40	N = 285	80,7%	5,3%	14,0%

Tabelle 16 Gibt es der Nähe deiner Schule eine Bibliothek? (Schulen mit Schulbibliothek)

Schule	ja	nein	Weiß nicht	Summe	ja	nein	weiß nicht
Annen-Mittelschule	7	7	12	26	26,9%	26,9%	46,2%
Comenius-Mittelschule	3	1	25	29	10,3%	3,4%	86,2%
Humboldt-Mittelschule	28	2	7	37	75,7%	5,4%	18,9%
Grundschule Kappel	2	18	12	32	6,3%	56,3%	37,5%
Schloß-Grundschule	14	2	8	24	58,3%	8,3%	33,3%
Grundschule Sonnenberg	7	6	3	16	43,8%	37,5%	18,8%
Grundschule Stadtpark	22	14	25	61	36,1%	23,0%	41,0%
Summe	83	50	92	N = 225	36,9%	22,2%	40,9%

Tabelle 17 Gibt es der Nähe deiner Schule eine Bibliothek? ( Schulen ohne Schulbibliothek)

Schule	ja	nein	Weiß nicht	Summe	ja	nein	weiß nicht
Andre-Gymnasium	41	21	19	81	50,6%	25,9%	23,5%
Gymnasium Schloßteich	16	31	24	71	22,5%	43,7%	33,8%
Heisenberg-Gymnasium	21	20	30	71	29,6%	28,2%	42,3%
Annen-Mittelschule	17	6	6	29	58,6%	20,7%	20,7%
Comenius-Mittelschule	21	8	4	33	63,6%	24,2%	12,1%
Humboldt-Mittelschule	31	7	4	42	73,8%	16,7%	9,5%
Luisen-Mittelschule	31	15	13	59	52,5%	25,4%	22,0%
Grundschule Kappel	13	13	9	35	37,1%	37,1%	25,7%
Schloß-Grundschule	13	7	2	22	59,1%	31,8%	9,1%
Grundschule Sonnenberg	24	2	2	28	85,7%	7,1%	7,1%
Grundschule Stadtpark	42	10	16	68	61,8%	14,7%	23,5%
Gesamt	270	140	129	N = 539	50,1%	26,0%	23,9%

Tabelle 18 Gibt es in der Nähe deiner Wohnung eine Bibliothek?

Auch diese Ergebnisse sind ungewichtet. Interessant sind vor allem die Angaben unter „Weiß ich nicht“. Sie zeigen von Schule zu Schule unterschiedliche Informationsgrade. Da die Frage nach der Postleitzahl des Wohnortes gestrichen werden mußte, läßt sich eine eindeutige Zuordnung nicht vornehmen. Bei den Grundschulen läßt sich ein Zusammenhang herstellen, da das Einzugsgebiet um die Schule herum liegt. Dies erklärt z.B. die hohe Antwortquote „Ja“ bei der Grundschule Sonnenberg, wo Einzugsgebiet von Schule und Kinderbibliothek fast übereinstimmen. Im Gegensatz dazu geben Schüler der Grundschule Kappel je zu gleichen Teilen „Ja“ und „Nein“ an. Die Bibliothek ist mit dem Bus gut erreichbar, aber im relativ großen Einzugsgebiet gilt das offensichtlich nicht für alle Kinder. Bei Mittelschulen und Gymnasien erstreckt sich das Einzugsgebiet auf die ganze Stadt, was eine Zuordnung verhindert.

Informationsquellen

Gewichtet N = 564	Grundschule	Gymnasium	Mittelschule	männlich	weiblich	gesamt	%
Klasse/ Hortgruppe	43,8%	28,3%	39,4%	37,3%	41,9%	223	39,6%
Eltern/ Geschwister	30,3%	43,2%	31,2%	36,4%	29,4%	185	32,9%
Freunde	28,6%	29,9%	33,2%	27,4%	33,3%	171	30,4%
Zeitung	10,5%	13,5%	12,3%	14,6%	8,7%	66	11,6%
keine Angabe	2,6%	3,5%	4,1%	2,7%	3,9%	18	3,3%

Tabelle 19 Wie hast du erfahren, daß es Bibliotheken gibt? (Mehrfachnennungen möglich)

Fast 40% der Kinder erhalten ihre Informationen über Bibliotheken durch einen Besuch mit der Schulklasse oder Hortgruppe, in der Grundschule liegt der Anteil noch etwas höher, im Gymnasium deutlich darunter. Dies könnte z.T. mit dem dazwischen liegenden Zeitraum zusammenhängen. Im Gymnasium ist der Anteil der Schüler, die durch die Familie informiert werden oder auch zum ersten Mal mit ihr in die Bibliothek kommen deutlich höher als bei Grund- und Mittelschülern. Mit rund 30% sind Freunde wichtige Informationspartner, für Mädchen und Mittelschüler mit noch etwas mehr. Beachtlich ist der Anteil von über 12% der Schüler, die aus Zeitschriften Informationen über die Bibliothek entnehmen.

Bibliotheksbenuztung

Gewichtet N = 564	Grundschule	Gymnasium	Mittelschule	männlich	weiblich	gesamt	%
Stadtbibliothek	50,6%	37,2%	44,7%	46,5%	45,9%	261	46,2%
Schulbibliothek	0,0%	24,5%	2,3%	3,2%	7,0%	29	5,1%
Gesamt	50,6%	61,7%	47,0%	49,8%	52,9%	290	51,4%

Tabelle 20 Gehst du manchmal in eine Bibliothek?

Über die Hälfte der Kinder beantwortete diese Frage mit „ja“, das heißt, sie gehen mindestens gelegentlich in Bibliotheken, allein oder mit Eltern, Geschwistern oder Freunden.[60] Dabei liegen die Gymnasialschüler deutlich über dem Gesamtwert, die Mittelschüler etwas darunter. Der Anteil der Mädchen ist etwas höher als der der Jungen. Insgesamt geben rund 5% der Schüler an, daß sie in die Schulbibliothek gehen. Dies verteilt sich aber sehr unterschiedlich nach den Schulformen, in den Grundschulen ist dies gar nicht der Fall, in der Mittelschule ist der Anteil sehr gering, im Gymnasium aber liegt er bei knapp 25%. Bezogen auf die einzelnen Schulen ist hier der Zusammenhang zum Vorhandensein einer Schulbibliothek eindeutig. In den beteiligten Grundschulen gibt es keine solche Einrichtung, eine Mittelschule und alle drei Gymnasien verfügen über eine eigene Schulbibliothek. Diese werden ganz offensichtlich rege genutzt.

--	--	--	--	--	--	--	--



gewichtet	N = 564		Grundschule	Gymnasium	Mittelschule	männlich	weiblich	gesamt	%
Stadtbibliothek			41,4%	27,2%	37,2%	35,0%	40,0%	211	37,5%
Schulbibliothek			0,0%	21,3%	1,8%	2,9%	5,9%	25	4,4%
Summe			41,4%	48,5%	39,0%	37,8%	45,8%	236	41,9%

Tabelle 21 Bist du in einer Bibliothek angemeldet?

Ein Vergleich von Besuchern und angemeldeten Benutzern zeigt insgesamt eine Differenz von rund 10%. Dies trifft mit geringen Schwankungen auf alle Schulformen und sowie Jungen als auch Mädchen zu. In den Schulbibliotheken beträgt diese Differenz weniger als 1%, in den Einrichtungen der Stadtbibliothek fast 9%. Zu Entleihungen nutzen die Kinder auch den Ausweis von Eltern, Geschwistern oder Freunden.

43 Kinder, das sind 7,6% der Befragten, geben an, nicht mehr angemeldet zu sein. Hier ergibt sich im besonderen die Frage, warum das so ist. Dies ist in der nächsten Tabelle mit enthalten.

### Hinderungsgründe

Die beiden wichtigsten Gründe für den Nichtbesuch oder die Nichtnutzung von Bibliotheken sind der ausreichende Besitz eigener Bücher bzw. Kassetten und CDs. Der mit großem Abstand als nächstes genannte Fakt des zu weiten Weges verdeutlicht Versorgungslücken im städtischen Bibliotheksnetz vor allem für die noch weniger selbständigen Schüler der Grundschulen. Relativiert wird dies allerdings durch den beträchtlichen Anteilsunterschied bei Jungen und Mädchen. Mit dem größeren Interesse am Buch und am Freizeitort Bibliothek könnte auch die Bereitschaft verbunden sein, dafür einen weiteren Weg in Kauf zu nehmen. Gestützt wird dieser Zusammenhang durch die Begründung „ich lese nicht gern“, die von den Jungen wesentlich häufiger angegeben wurde. Der Einfluß der Freunde auf den Bibliotheksbesuch ist bei den Mittelschülern am größten, bei den Gymnasiasten am geringsten.

gewichtet N=260 Nichtnutzer	Grundschule	Gymnasium	Mittelschule	männlich	weiblich	gesamt	%	Nicht-Mehr-Nutzer N = 43 ungew.
selbst genug Bücher	55,0%	38,1%	55,2%	54,6%	48,9%	157	60,2%	39,5%
Selbst genug CD's, Kassetten	58,3%	25,0%	40,7%	54,0%	38,4%	138	53,1%	37,2%
es ist zu weit von zu Hause	31,6%	24,7%	28,6%	40,0%	20,1%	89	34,1%	25,6%
es gibt nicht, was ich möchte	16,6%	8,6%	15,1%	22,0%	8,1%	44	16,8%	16,3%
Eltern erlauben es nicht	16,9%	1,4%	4,5%	8,5%	10,4%	29	11,1%	14,0%
lese nicht gern	23,2%	9,7%	25,5%	30,1%	13,6%	64	24,7%	14,0%
oft Abgabedatum vergessen	8,1%	3,3%	6,5%	4,5%	8,3%	20	7,7%	14,0%
Mahngebühren zu hoch	7,2%	7,8%	6,4%	6,5%	7,5%	21	8,3%	14,0%
Bibliothekarin ist unfreundlich	5,7%	3,6%	3,5%	7,1%	2,3%	14	5,3%	11,6%
Freunde gehen auch nicht hin	16,4%	5,8%	17,0%	16,3%	12,8%	44	16,8%	11,6%
es gefällt mir dort nicht	5,7%	1,1%	8,0%	7,7%	3,7%	17	6,4%	7,0%
Öffnungszeiten ungünstig	7,7%	14,2%	20,5%	15,3%	11,6%	40	15,5%	7,0%
finde mich dort nicht zurecht	11,3%	4,2%	9,2%	10,8%	7,7%	28	10,6%	4,7%

Tabelle 22 Warum gehst du nicht in eine Bibliothek? (Mehrfachnennungen möglich)[61]

Diesen „externen“ Gründen folgen ausgesprochen bibliotheksinterne Fakten:

- es gibt nicht, was die Kinder möchten; am häufigsten nennen dies die Jungen,
- die Öffnungszeiten sind ungünstig; dies geben vor allem die Mittelschüler an,
- sie finden sich nicht zurecht; von Grundschulern und Jungen am meisten genannt,
- die Mahngebühren sind zu hoch,
- die Bibliothekarin ist unfreundlich, finden vor allem Jungen;

Selbstkritisch geben hauptsächlich Grundschüler und Mädchen an, daß sie oft das Abgabedatum vergessen hatten. Sicher im engen Zusammenhang zur Selbständigkeit und zur Einhaltung der Benutzungsordnung steht die Abhängigkeit von der Erlaubnis der Eltern, die vor allem bei Grundschulern und den Mädchen als Hinderungsgrund angegeben wird und bei den Gymnasiasten fast keine Rolle mehr spielt.

Bei den Nicht-Mehr-Nutzern liegen auffälligerweise die Anteile bei eigenem Medienbesitz deutlich unter dem Gesamtwert, bei Mahngebühren, Unfreundlichkeit und Abgabedatum deutlich darüber. Allerdings basieren diese Prozentanteile auf relativ geringen ungewichteten Absolutwerten.

### Häufigkeit der Nutzung

gewichtet N = 245	Grundschule	Gymnasium	Mittelschule	männlich	weiblich	gesamt	%
einmal im Monat	40,8%	40,9%	44,3%	39,6%	44,0%	103	41,9%



mehrmals im Jahr	31,8%	30,1%	25,6%	29,3%	29,8%	72	29,5%
einmal in der Woche	10,7%	16,1%	14,5%	14,0%	11,5%	31	12,7%
einmal im Jahr	13,0%	5,9%	5,7%	11,0%	8,4%	24	9,7%
mehrmals in der Woche	3,8%	7,0%	9,9%	6,1%	6,3%	15	6,2%
Summe	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	245	100,0%

Tabelle 23 Wie oft gehst du in eine Bibliothek? (nur Besucher der Stadtbibliothek)

Da die Benutzung der Schulbibliotheken anderen Kriterien unterliegt (Öffnungszeiten, Pausen, Ferien) als die des Stadtbibliotheksnetzes, bezieht sich die Auswertung nur auf dieses. Der größte Teil der Besucher kommt regelmäßig monatlich, hier sind auch die Unterschiede zwischen den Gruppen relativ gering. Danach folgen die Besucher, die „gelegentlich“ oder „nach Bedarf“ mehrmals im Jahr kommen, die Mittelschüler liegen dabei etwas unter dem Durchschnitt. Der Anteil der wöchentlichen Besucher ist im Gymnasium am höchsten, erstaunlich ist hier der höhere Anteil der Jungen im Vergleich zu den Mädchen. Bei den „Häufigbesuchern“ (mehrmals pro Woche) liegen die Mittelschüler an der Spitze, bei den „Sehr-Selten-Besuchern“ (1 Mal im Jahr) die Grundschüler und die Jungen.

Weg zur Bibliothek und Zeitaufwand dafür

gewichtet N = 245	Grundschule	Gymnasium	Mittelschule	männlich	weiblich	gesamt	%
Laufen	74,7%	45,9%	46,8%	58,7%	64,6%	151	61,8%
Fahrrad	9,6%	13,6%	21,7%	15,5%	12,9%	35	14,1%
mit Bus/Bahn	6,5%	19,2%	23,2%	15,6%	11,8%	33	13,6%
werde mit dem Auto gebracht	9,2%	21,3%	8,3%	10,2%	10,7%	26	10,5%
Summe	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	245	

Tabelle 24 Wie kommst du in die Bibliothek? (nur Besucher der Stadtbibliothek)

Gewichtet N = 241	Grundschule	Gymnasium	Mittelschule	männlich	weiblich	gesamt	%
bis 5 min	23,9%	13,1%	18,9%	15,9%	25,5%	50	20,8%
bis 10 min	34,5%	26,1%	22,6%	34,0%	25,4%	71	29,5%
bis 15 min	21,3%	14,7%	19,0%	19,9%	19,5%	47	19,7%
bis 30 min	13,6%	34,7%	26,3%	20,9%	20,2%	50	20,6%
bis 45 min	0,0%	6,5%	7,3%	3,0%	3,4%	8	3,2%
bis 60 min	2,2%	2,7%	4,3%	4,0%	2,0%	7	3,0%
über 60 min	4,3%	2,2%	1,6%	2,3%	3,9%	8	3,1%
Summe	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	241	100,0%

Tabelle 25 Wie lange brauchst du dafür ungefähr? (nur Besucher der Stadtbibliothek)

Auch die Tabellen 24 und 25 beziehen sich auf Besucher der Stadtbibliothek, da der Weg zur Schulbibliothek auch Schulweg ist bzw. von den Kindern als Weg innerhalb der Schule gewertet wurde. Die meisten Kinder kommen zu Fuß. Bei den älteren Schülern zeigt sich die größere Selbständigkeit in der Benutzung der öffentlichen Verkehrsmittel bzw. des Fahrrades. Bei den Gymnasiasten fällt auf, daß sie wesentlich öfter mit dem Auto gebracht werden.

Die Zeiten wurden unabhängig von der Bewegungsform erfaßt. 70% von ihnen brauchen für den Weg zur Bibliothek bis zu 15 Minuten, das heißt, sie wohnen in der Nähe oder haben sehr günstige Verkehrsanbindung. Weitere 20% brauchen ca. 30 Minuten dafür. Rund 10% nehmen einen noch längeren Weg in Kauf. Die Nutzung der Bibliothek ist aber deutlich mit ihrer günstigen Erreichbarkeit verbunden.

Aufenthaltsdauer in der Bibliothek

Gewichtet N = 245	Grundschule	Gymnasium	Mittelschule	männlich	weiblich	gesamt	%
15 min	28,8%	24,5%	13,3%	30,1%	17,0%	57	23,2%
30 min	20,5%	28,2%	35,0%	31,1%	21,8%	64	26,2%
45 min	19,3%	21,3%	18,5%	15,4%	22,8%	47	19,3%
1 h	20,2%	13,3%	21,8%	14,7%	24,4%	48	19,8%
2 h	9,0%	6,9%	10,1%	4,8%	12,9%	22	9,1%
3 h	1,1%	5,8%	1,4%	2,6%	1,1%	4	1,8%
Mehr als 3 h	1,1%	0,0%	0,0%	1,3%	0,0%	1	0,6%
Summe	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	245	100,0%

Tabelle 26 Wie lange bleibst du meistens in der Bibliothek? (nur Besucher der Stadtbibliothek)

Da Öffnungszeiten, Angebote und räumliche Situation auch auf diese Frage Einfluß haben, sind hier wieder nur die Besucher der Stadtbibliothek in die Auswertung einbezogen. Fast ein Viertel der Kinder erledigt den Bibliotheksbesuch in 15 Minuten, der größte Teil davon sind Grundschüler und Jungen. Ein weiteres Viertel bleibt ca. 30 Minuten, hier liegt der größere Anteil bei den Mittelschülern. Jeweils fast 20% der Besucher bleiben 45 Minuten oder 1 Stunde, 9% bis zu 2 Stunden. Insgesamt 5 Kinder geben noch längere Zeiten an.

Zweck des Bibliotheksbesuches

In die Auswertung dieser Frage wurden auch die Besucher bzw. Benutzer der Schulbibliotheken einbezogen, um Anlässe und Gewohnheiten in Bezug zur Bibliothek allgemein herauszufinden. Die Ergebnisse sind bereits nach der Gesamthäufigkeit geordnet. Wichtigste Tätigkeit in der Bibliothek ist für alle Gruppen eindeutig das Entleihen und Zurückgeben von Medien. Danach folgt das Lesen, in der Grundschule und bei den Mädchen mit den höchsten Anteilen. An dritter Stelle steht das Informieren, das für die Gymnasialschüler einen überdurchschnittlichen Wert hat, für Jungen, Mädchen und Mittelschüler die gleiche Wertigkeit nahe der Gesamtsumme besitzt und für die Grundschüler noch etwas darunter liegt. Danach folgen das Treffen mit Freunden, dem die Mädchen mehr Bedeutung zumessen als die anderen Gruppen, das Spielen, das die Mittelschüler häufiger nennen und das Benutzen von Nachschlagewerken, das für die Gymnasiasten an vorderster Stelle steht. Musik hören und kopieren liegen fast gleich auf. Offensichtlich ist auch der Besuch von Ausstellungen und Veranstaltungen ein wichtiger Grund für Bibliotheksbesuche. Malen, im Lesecafé sitzen, im Internet surfen und das Erledigen von Hausaufgaben werden von den Kindern am seltensten genannt, mit differenzierter Bedeutung für die verschiedenen Gruppen. Allerdings bieten auch nicht alle Bibliotheken diese Betätigungsmöglichkeiten.

gewichtet N = 315	Grundschule	Gymnasium	Mittelschule	männlich	weiblich	gesamt	%
entleihen und abgeben	78,0%	84,1%	81,6%	84,1%	77,5%	254	80,5%
Lesen	60,8%	56,9%	51,0%	55,5%	57,7%	179	56,7%
mich informieren	25,2%	45,7%	31,2%	31,0%	32,2%	100	31,7%
Freunde treffen	22,9%	11,0%	21,5%	13,5%	25,2%	63	19,8%
Spielen	15,0%	7,1%	18,4%	14,9%	14,1%	46	14,4%
Nachschlagewerke benutzen	6,5%	22,3%	15,4%	13,4%	12,4%	41	12,9%
Musik hören	8,6%	9,7%	7,6%	10,2%	7,0%	27	8,5%
Kopieren	5,6%	11,0%	9,8%	10,0%	6,7%	26	8,2%
Veranstaltungen/ Ausstellungen besuchen	7,1%	6,9%	7,6%	8,4%	6,2%	23	7,2%
Malen	8,0%	1,8%	4,3%	3,2%	7,2%	17	5,4%
Im Lesecafe sitzen	4,0%	5,4%	3,1%	2,8%	5,0%	13	4,0%
Im Internet surfen	4,1%	6,4%	2,3%	7,6%	1,0%	13	4,0%
Hausaufgaben	1,5%	6,7%	4,4%	3,1%	3,9%	11	3,6%

Tabelle 27 Was machst du meistens in der Bibliothek? (Mehrfachnennungen möglich)

Ausleihgewohnheiten

gewichtet N =263	Grundschule	Gymnasium	Mittelschule	männlich	weiblich	gesamt	%
Kassetten	60,7%	43,9%	56,0%	47,2%	65,8%	138	52,5%
Jugendbücher	51,8%	51,2%	47,1%	46,0%	54,0%	122	46,4%
Sachbücher	22,8%	35,2%	36,9%	36,5%	22,4%	71	27%
Comics	28,3%	30,1%	27,9%	43,6%	14,7%	69	26,2%
Zeitschriften	27,1%	31,9%	25,9%	23,1%	31,2%	66	25,1%
Spiele	21,8%	13,1%	19,9%	19,2%	20,8%	49	18,6%
CD's	22,0%	15,9%	12,8%	21,4%	15,2%	44	16,3%
Romane	12,5%	26,5%	12,5%	9,0%	19,2%	35	13,3%
Videos	6,6%	14,8%	16,5%	8,2%	13,4%	27	10,3%
CD-ROM's	6,1%	16,4%	6,0%	12,9%	2,5%	18	6,8%
Schallpaltnen	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0	0,0%
keine Angabe	7,7%	18,6%	6,0%	12,9%	4,7%	21	8%

Tabelle 28 Was leihst du dir am liebsten aus? (nur Besucher Stadtbibliothek, bis zu 3 Nennungen möglich)

Da das Bestandsprofil der von Lehrern geführten Schulbibliotheken sich von dem der Stadtbibliothek wesentlich unterscheidet (keine Spiele, CD's, Kassetten, meist Sachbücher und Nachschlagewerke, Lehrbücher, kleiner „Freizeitbestand“) sind hier wieder nur die Besucher der Stadtbibliothek in die Auswertung einbezogen. An der Spitze der Ausleihvorlieben stehen insgesamt Kassetten, bei den Grundschulern und den Mädchen noch beträchtlich über dem Durchschnitt. Die darauf folgenden Jugendbücher haben bei den Mädchen die größte Bedeutung, werden aber auch bei den Kindern der Klasse 4 mit der gleichen Selbstverständlichkeit als Lesestoff angegeben wie bei den Gymnasialschülern. Sachbücher, Comics und Zeitschriften liegen insgesamt fast gleich auf bei rund einem Viertel der Kinder. Unterschiede zeigen sich wieder nach Schulform und Geschlecht. Für die Älteren und die Jungen spielen Sachbücher eine größere Rolle. Comics sind für Jungen wesentlich wichtiger als für Mädchen, eine Bestätigung zu den Ergebnissen in Tabelle 7 und 9. Zeitschriften wiederum sind für Gymnasiasten und Mädchen von größerem Interesse. Romane liegen in der Ausleihhäufigkeit deutlich hinter den anderen Printmedien, werden aber von den Gymnasialschülern und den Mädchen wesentlich öfter genannt als von den anderen Gruppen. Fast 20% der Kinder nennen Spiele als liebstes Ausleihobjekt. Bei Videos, CD's und CD-ROM ist zu beachten, daß ihr Anteil am Bestand deutlich geringer ist, sie nicht von allen Bibliotheken angeboten werden, und sie nur für eine Woche und gegen Gebühr (1,- DM für Kinder) entleihbar sind. Daraus resultiert sicher auch ein differenzierteres Ausleihverhalten. Für die Gymnasiasten sind sie allerdings am unwichtigsten. CD's werden bei Grundschulern und Jungen am häufigsten genannt, Videos von den Mittelschülern. CD-ROM's spielen parallel zum Computergebrauch bei Gymnasialschülern und Jungen die größte Rolle, bei den Mädchen fast keine. Gar nicht auf der Ausleihliste stehen Schallplatten, vermutlich weil es keine aktuellen Angebote mehr gibt.

Wünsche der Kinder an eine gute Bibliothek

In die Auswertung dieser Frage wurden sowohl Nutzer als auch Nicht-Nutzer einbezogen. Die letzte Spalte zeigt zusätzlich die Wünsche der Nicht-Mehr-Nutzer (ungewichtet). Die Befragten hatten die Möglichkeit, aus 21 Items auszuwählen und unter „anderes“ eigene Vorstellungen einzutragen. Sie waren aufgefordert, nur auszuwählen, was ihnen wirklich wichtig ist, eine zahlenmäßige Begrenzung gab es nicht. Deshalb wurden viele Ausprägungen angekreuzt. Zur besseren Übersichtlichkeit bei der Auswertung wurden die Wünsche in die Bereiche Medien, Einrichtung, Technik und Service eingeordnet [62] und jeweils in einer gesonderten Tabelle, sortiert nach Häufigkeit gesamt der Nutzer dargestellt.



Nutzer gewichtet N=266	Grundschule	Gymnasium	Mittelschule	männlich	weiblich	gesamt	%	Nicht-Nutzer gewichtet N = 242	Nicht-Mehr-Nutzer N=43
viele neue Bücher	77.1%	74.9%	79.7%	77.8%	77.1%	206	77.4%	49,0%	72,1%
Computerspiele	47.4%	41.5%	38.5%	57.4%	31.0%	115	43.3%	44,6%	37,2%
Comics	39.5%	37.5%	42.4%	54.9%	26.9%	106	40.0%	45,8%	44,2%
Rock- und Popmusik-Kassetten	42.3%	34.2%	36.3%	33.8%	43.0%	103	38.7%	33,7%	41,9%
Videos	32.4%	38.5%	43.8%	45.0%	30.6%	99	37.3%	44,7%	53,5%
Spiele	39.1%	32.6%	36.3%	39.4%	34.6%	98	36.8%	43,1%	46,5%
Musik-CDs	30.4%	37.3%	37.9%	33.8%	34.6%	91	34.2%	46,5%	53,5%
Zeitschriften	33.4%	36.7%	30.9%	33.0%	33.6%	89	33.3%	35,6%	41,9%
andere CD-ROMs	17.9%	24.7%	15.0%	24.2%	13.4%	49	18.4%	21,6%	27,9%

Tabelle 29 Was wünschst du dir in einer guten Bibliothek? (Mehrfachnennungen möglich, Medien)

Interessant ist, daß für alle Gruppen „viele neue Bücher“ mit Abstand an erster Stelle stehen, wenn auch mit unterschiedlichen Prozentwerten, vor allem beim Vergleich zwischen Nutzern und Nichtnutzern. In der Wunschliste der Nutzer folgen Computerspielen und Comics. Kassetten, Videos, Spiele, Musik-CD’s und Zeitschriften liegen sehr nahe beieinander. Nur die „anderen CD-ROM’s, also Lernsoftware, werden deutlich weniger gewünscht. Bei den Nicht-Nutzern fällt auf, daß sie häufiger Non-Print-Medien genannt haben, vor allem Computerspiele. Bei den Nicht-Mehr-Nutzern zeigt sich, daß alle Prozentwerte über denen der Nutzer liegen, außer bei den Büchern.

Die bei Freizeitgestaltung und Mediennutzung konstatierten Trends der Gruppen werden bestätigt. Jungen haben deutlich höheren Bedürfnisse bei Comics, Computerspielen und CD-ROM’s (Lernsoftware), Mädchen bei Rock- und Popmusik-Kassetten. Videos sind für die Mittelschüler bedeutsamer, Computerspiele für die Grundschüler und Zeitschriften für die Gymnasiasten.

Nutzer gewichtet N = 266	Grundschule	Gymnasium	Mittelschule	männlich	weiblich	gesamt	%	Nicht-Nutzer gewichtet N = 242	Nicht-Mehr-Nutzer N=43
Ecken zum Sitzen und Schwatzen	50.9%	57.8%	59.2%	47.9%	61.2%	146	55.0%	50,5%	58,1%
Getrennt von Jugendlichen	52.3%	33.3%	38.1%	46.3%	41.4%	116	43.7%	49,3%	53,5%
Platz zwischen Regalen	34.6%	41.6%	39.2%	38.9%	36.4%	100	37.6%	30,0%	37,2%
Getrennt von Erwachsenen	34.6%	30.6%	36.9%	39.2%	30.3%	92	34.4%	30,9%	41,9%
Platz zum Spielen	21.8%	12.2%	32.9%	26.2%	20.6%	62	23.2%	27,7%	25,6%
Plätze für Hausaufgaben	13.3%	34.6%	24.2%	22.3%	20.5%	57	21.3%	26,4%	25,6%

Tabelle 30 Was wünschst du dir in einer guten Bibliothek? (Mehrfachnennungen möglich, Einrichtung)

Für die Gestaltung der Bibliothek wünschen sich die Nutzer an erster Stelle Plätze zum Sitzen und Schwatzen, also Plätze an denen sie sich ungestört und unbeobachtet allein oder mit Freunden aufhalten können. Wichtig ist auch räumliche Trennung des Kinderbibliotheksbereiches von den Jugendlichen bzw. Erwachsenen. Die jüngeren Schüler legen mehr Wert legen auf die Trennung von den Jugendlichen als von den Erwachsenen. Auf dem 3. Rang liegt der Wunsch nach viel Platz zwischen den Regalen, damit ungestört gesucht, gestöbert und gelesen werden kann. Plätze zum Spielen und für Hausaufgaben liegen in diesem Bereich der Wunschliste am Ende. Für Gymnasiasten spielen erstere fast keine Rolle, letzere sind deutlich wichtiger. Für die Nicht-Nutzer sind Plätze zum Spielen und für Hausaufgaben sowie die Trennung von Jugendlichen im Gesamtvergleich etwas wichtiger, Schwatzecken, Platz zwischen den Regalen und die Trennung von Erwachsenen etwas unwichtiger. Für die Nicht-Mehr-Nutzer stehen die Schwatzecken und die Trennung von den Jugendlichen und Erwachsenen an der Spitze.

Mit großem Abstand stehen bei Wünschen nach technischer Ausstattung Computer zum Spielen an erster Stelle, bei den Nicht-Nutzern und Nicht-Mehr-Nutzern noch mit höheren Prozentwerten, auch mit deutlich höherem Anteil bei den Jungen. Bei den Kopfhörern sind die Anteilsunterschiede am geringsten. Auffällig ist der verstärkte Wunsch nach dem Fernseh- bzw. Videogerät bei den Nicht-Mehr-Nutzern und den Jungen.

Nutzer gewichtet N = 564	Grundschule	Gymnasium	Mittelschule	männlich	weiblich	gesamt	%	Nicht-Nutzer gewichtet N= 242	Nicht Mehr Nutzer N=43
Computer zum Spielen	48.2%	40.5%	41.1%	62.9%	28.1%	118	44.3%	46,6%	58,1%
Kopfhörer zum Musikhören	29.0%	27.3%	29.9%	34.4%	24.2%	77	28.9%	27,6%	30,2%
Fernsehgerät, Videogerät	30.7%	15.2%	28.8%	35.8%	18.9%	71	26.7%	26,5%	37,2%

Tabelle 31 Was wünschst du dir in einer guten Bibliothek? (Mehrfachnennungen möglich, Technik)

Nutzer gewichtet N=266	Grundschule	Gymnasium	Mittelschule	männlich	weiblich	gesamt	%	Nicht-Nutzer gewichtet N = 242	Nicht Mehr Nutzer N=43
Freundliches Personal	43.2%	63.0%	60.4%	51.5%	54.1%	141	52.9%	45,8%	65,1%
Längere Öffnungszeiten	50.8%	56.0%	58.4%	60.0%	49.3%	144	54.3%	38,0%	60,5%
Übersichtliche Aufstellung der Bücher	47.7%	56.6%	45.9%	49.4%	48.8%	131	49.1%	43,2%	58,1%

Tabelle 32 Was wünschst du dir in einer guten Bibliothek? (Mehrfachnennungen möglich, Service)

Alle drei dem Service zugeordneten Merkmale erreichten hohe Anteile nahe 50% und liegen damit insgesamt bei den Wünschen weit vorn. Freundliches Personal, das Auskunft und Hilfestellung geben kann, ist sehr gefragt und für die Älteren noch wichtiger als für die Jüngeren. Auch die längeren Öffnungszeiten werden von den älteren Schülern häufiger gewünscht. Die übersichtliche Aufstellung der Bücher, also die Durchschaubarkeit ihrer Anordnung, das Leitsystem und die Beschriftung sind für die Gymnasiasten am wichtigsten, die offensichtlich am gezieltesten nach bestimmten Medien suchen.

## Erste Schlußfolgerungen für die Marketingkonzeption

Aus den Ergebnissen der Befragung der Kinder ergeben sich vielseitige Ansatzpunkte und Denkanstöße für die Festlegung der Einzelziele innerhalb der Marketingkonzeption, für Maßnahmen zu Veränderungen und Verbesserungen des Angebotes gerichtet auf diese Zielgruppe.

Das große Interesse der Kinder an Print- und elektronischen Medien sollte als Chance begriffen werden, ihnen bei der Erlangung von Medienkompetenz behilflich zu sein und durch ein entsprechendes Angebot die Anziehungskraft der Stadtbibliothek Chemnitz zu erhöhen.

Dies betrifft im einzelnen:

- die Erhöhung des Anteils an elektronischen Medien, die Vergrößerung des Angebotes an CD-ROM's, die Prüfung eines möglichen Angebotes an Computerspielen, die Suche nach geeigneten Videos für die Altersgruppe,
- die Erweiterung des ausgezeichneten Kassettenbestandes an Kinderliedern und Hörspielen für die jüngeren Benutzer um ein gleichwertiges Angebot an Rock- und Popmusik auch für die 9- bis 12jährigen auf Kassetten oder möglichst CD's sowie die Verbesserung des Hörspielangebotes für diese Altersgruppe, dafür Prüfung der ekz-Angebote,
- die Erweiterung bzw. Veränderung des Zeitschriftenangebotes unter dem Gesichtspunkt der häufigsten Themenwünsche, z.B. Auto/Motorsport/Fahrzeuge oder Computer, bei denen eine möglichst schnelle und aktuelle Information gesucht wird,
- Prüfung des Buchangebotes unter dem Aspekt der Themenwünsche, gezielte benutzerorientierte Präsentation der vorhandenen Bestände (thematische Aufstellung, Kennzeichnung durch Signets, Aufstellung im Nahbereich, auffällende farbliche Gestaltung der Regale o.a.) und Ergänzung des Bestandes,

Um die Einrichtungen der Stadtbibliothek für Kinder zum attraktiven Aufenthaltsort in der Freizeit zu entwickeln, müssen entsprechend dem Benutzerprofil Veränderungen in der Raumgestaltung und dem Gerätebestand vorgenommen werden:

- durch Auflockerung der Regalanordnung Schaffung von Ruhe- und Arbeitszonen, Sitzcken mit Polstermöbeln oder Podesten, Treffpunkte für verschiedene Altersgruppen, Platz zum Spielen und Malen,
- Fernsehergerät, Videorecorder, Kopfhörer, Spielcomputer – hier ist vor allem an die Kinderbibliothek Sonnenberg gedacht, die nach neuen sozial orientierten Wegen der Profilierung sucht, aber auch je nach Raumsituation und Benutzerprofil an andere Einrichtungen
- Ausbau der Internet-Anschlüsse für alle Zweigbibliotheken,
- ansprechende farbliche Gestaltung und Dekoration – Auswahl unter Einbeziehung der Kinder, z.B. durch Ideenwettbewerb, Entwicklung eines Schulprojekts oder Zusammenarbeit mit musischen Schulen,
- Verbesserung des Leitsystems in der Stadt; in den Bibliotheksgebäuden und Räumen in Zusammenarbeit mit der SISIS GmbH Entwicklung eines für Kinder geeigneten OPAC's;

Mit der Einführung moderner Technik ist der Wunsch nach guter Betreuung und Beratung nicht verschwunden. Die Benutzer brauchen Anleitung für den Umgang mit dieser Technik und Hilfe bei der Orientierung in der Medienvielfalt und sie erwarten vom Personal der Serviceeinrichtung Bibliothek fachkundige und freundliche Bedienung, Beratung und benutzergerechte Betreuung. Dazu werden vorgeschlagen:

- Veranstaltungen zur Internetanwendung und zum Umgang mit dem OPAC für Kinder,
- Durchführung einer Fortbildung zur kindgerechten Informations- und Auskunftstätigkeit;

Um einen größeren Kreis an Kindern zu erreichen, muß der Bekanntheitsgrad der Stadtbibliothek und ihrer Angebote erhöht werden. Dafür sind auch neue Formen der Öffentlichkeitsarbeit und neue Schwerpunkte in der Kontaktarbeit nötig:

- gezielte Informationen für Jugendamt, Schülämter, Lehrer,
- gezielte Einbeziehung der „bibliotheksfernen“ Schulen in die Kontaktarbeit, dabei Schwerpunkt Mittelschulen,
- bessere Information über die Medienvielfalt des Bibliotheksangebotes durch geeignete Werbung, Faltblätter; Presseveröffentlichungen nicht nur zu Veranstaltungen, sondern vermehrt zum Bestand, Kontakte mit Regionalzeitschriften zur Gestaltung einer regelmäßigen Rubrik über die Stadtbibliothek,
- Darstellung der Angebote im Internet
- Faltblätter zum Angebot der einzelnen Zweigstellen, thematische Auswahl-Bibliographien,
- Nutzung des Bibliotheksjubiläums (130 Jahre am 3. 7. 1999) zu werbewirksamen Aktionen,
- Gestaltung einer Presseinformation für die Zielgruppe der Kinder, auch unter Einbeziehung von Kindern,
- Kontakte zu Schulzeitschriften, Schultheatergruppen, Video-Werkstatt, Schüler-Schreibwerkstatt,
- Entwicklung neuer Veranstaltungsformen zu den für die Kinder wichtigen Themenkreisen in Zusammenarbeit mit dafür kompetenten Partnern;

Weitere Möglichkeiten für die Auswertung der Umfrage sind durch den Vergleich zur Befragung der Jugendlichen gegeben. Vor der Entscheidung über die Festschreibung und Umsetzung der Einzelziele steht noch die Zusammenführung mit den Ergebnissen der anderen Untersuchungen, der Gemeinwesenanalyse, der Stärken-Schwächen-Analyse und der Kosten-Leistungs-Rechnung. Ausgehend von Zielen, Untersuchungsergebnissen und Ressourcen muß nach der Festlegung der Prioritäten die Auswahl der effektivsten und geeignetsten Maßnahmen folgen.



# Zusammenfassung und Ausblick

In der Stadtbibliothek Chemnitz hat die Arbeit an der Marketingkonzeption zur intensiven Beschäftigung mit Zielstellungen, Strategien und Methoden des Marketing geführt. Viele Mitarbeiter sind in den Prozeß der Entwicklung direkt mit einbezogen. Mit jedem neuen Schritt der Umsetzung entstehen Probleme, zeigen sich vielfältige Meinungen, gibt es Ideen und Vorschläge, über die diskutiert werden muß.

Die Ergebnisse der Umfragen wurden von den Mitarbeitern mit großem Interesse aufgenommen und lieferten reichlich Diskussionsstoff. Zum einen bestätigten die Einschätzungen durch Benutzer und Besucher der Stadtbibliothek Chemnitz ein positives Image, zum anderen gab es vielfältige Anregungen für Veränderungen im Angebot.

Viele Kritikpunkte und Vorstellungen der Befragten stimmen mit denen des Bibliothekspersonals zu Veränderungen in ihrer Einrichtung überein. In einigen Punkten wird schon an der Umsetzung der Erkenntnisse gearbeitet. Vor allem im Bereich der Raumgestaltung und des Technikangebotes werden die Umfrageergebnisse in die Konzeption für die neue Zentralbibliothek einfließen.

Bis zum Jahr 2004 könnte sich vor allem in Bezug auf Medienwünsche die Durchführung einer Vergleichsumfrage ergeben. Probleme der Realisierung könnten durch noch langfristige Vorbereitung und projektorientierte Zusammenarbeit mit Entscheidungsträgern der Jugend- bzw. Schulämter verringert werden.

Von Seiten der Öffentlichkeit, d.h. der Chemnitzer Medien bestand großes Interesse, über die Ergebnisse der Befragungen zu berichten. Im Zeitraum der Auswertungsphase gab es bereits Nachfragen. Regionaler Rundfunk und Fernsehen sowie mehrere Zeitschriften berichteten im Anschluß an die Pressekonferenz.

# Literaturverzeichnis

**Angekommen ?! : Freizeit- und Medienverhalten von Jugendlichen in den neuen Bundesländern** / hrsg. von Hans-Jörg Stiehler und Ute Karig. Und Beitr. von Sarina Keiser ... – Berlin : VISTAS, 1993. – 243 S.

**Betriebsvergleich an Öffentlichen Bibliotheken** / Hrsg. : Marga Pröhl; Bettina Windlau. [Bearb. v. Ursula Pantenburg u. Kerstin Schmidt]– Gütersloh : Verl. Bertelsmann Stiftung  
Bd. 1. – Empfehlungen und Arbeitsmaterialien für ein output-orientiertes Berichts  
wesen. – 1997.

**Bibliothek – Kultur – Information ; Beiträge eines Internationalen Kongresses ...** / hrsg. von Peter Vodosek in Zusammenarbeit mit Askan Blum ... – München u.a. : Saur, 1993. – 362 S. (Beiträge zur Bibliothekstheorie und Bibliotheksgeschichte ; Bd. 8)

**Bibliotheken '93 : Strukturen, Aufgaben, Positionen** – Berlin : Bundesvereinigung Dt. Bibliotheksverb., 1993 – 156 S.

**Bibliotheksangebot auf dem Prüfstand: TU-Studenten befragen Chemnitzer zu den Leistungen der städtischen Bücherei** In: Freie Presse. - 36(1998)267 vom 17./18. 11.

**Bibliotheksarbeit für Jugendliche : Entwicklung und Erprobung neuer Konzepte/** [Bearb. der Studie: Uwe Sander ; Ralf Vollbrecht ; Brigitte Schindler. Unter Mitarb. Von Kerstin Seewald ; Oliver Böhm]. Universität Bielefeld, Zentrum für Kindheits- und Jugendforschung ; Deutsches Bibliotheksinstitut. – Berlin : Dt. Bibliotheksinst.

Bd. 1. – Ergebnisse der wissenschaftlichen Begleitforschung (Befragung 1993/94). – 1994. – 109 S.  
(Dbi-Materialien; 133)

Bd. 2. Ergebnisse der wissenschaftlichen Begleitforschung: Evaluation (2. Befragung 1996). – 1997. – 91 S.  
(Dbi-Materialien ; 159)

Bd. 3. Konzepte, Erfahrungen und Nebenwirkungen eines Projektes / Ilona Glashof/Rita Schmitt. Unter Mitarb. Von Brit Bosecke/Marlies Müller. – 1997. – 361 S.  
(Dbi-Materialien ; 162)

**Bibliotheksarbeit für Kinder : ein Positionspapier** / Kommission des Deutschen Bibliotheksinstituts für Kinder- und Jugendbibliotheken. [Mitarb. Und Red.: Rita Schmitt]. – Berlin : Dt. Bibliotheksinst., 1997. – 88 S.  
(Dbi-Materialien ; 155)

**Boseke, Brit:**  
Jugendliche ernstnehmen statt abblocken! / Brit Boseke  
In: Bibliotheksinfo. – ISSN 0940-7944. – 4(1994)12, S. 703 - 707

**Brinkmann, Petra:**  
Jugendliche in Öffentlichen Bibliotheken: 2 Untersuchungen in Leipzig / Petra Brinkmann  
In: Bibliotheksinfo. ISSN 0940-7944. – 4(1994)1, S. 14 – 20 und - 4(1994)2, S. 82 – 93

**Comics zwischen Lese- und Bildkultur** / Bodo Franzmann ... (Hrsg.). – München : Profil.-Verl., 1991. – 107 S.  
(Comics Anno ; Vol. 2)

**Controlling für Öffentliche Bibliotheken : Wegweiser zu einer effizienten Steuerung** / Kommission des Deutschen Bibliotheksinstituts für Organisation und Betrieb, Expertengruppe Controlling in Öffentlichen Bibliotheken ; Deutsches Bibliotheksinstitut. – Berlin : Dt. Bibliotheksinst., 1994. – 101 S.  
(Arbeitshilfen / Deutsches Bibliotheksinstitut)

**Die effektive Bibliothek : Endbericht des Projektes „Anwendung und Erprobung einer Marketingkonzeption für Öffentliche Bibliotheken“** / Deutsches Bibliotheksinstitut. [ Red.: Peter Borchardt. Mitarb. an diesem Bericht: Amrei Bielemeier ...]. – Berlin :

Dt. Bibliotheksinst.  
(Dbi-Materialien ; 119)

Bd. 1. Texte. - 1992. – 268 S.

Bd. 2. Anhänge. 1992.

**ekz-konzepte** / Hrsg. von der ekz. [Red.: Henner Grube und Angelika Holderried ; Mitarb.: Susanne Kehrer und Martina Wollensak]. – Reutlingen : Einkaufszentrale für Bibliotheken

Bd. 2. - Neue Betriebsformen, Jugendliche, Multimedialität. – 1994. – 270 S.

Bd. 4. - Medienpolitik. Neue Medien und Kinder. Organisation. - 1996. – 238 S.

**Friedrichs, Jürgen:**

Methoden empirischer Sozialforschung / Jürgen Friedrichs. – 14. Aufl. - Opladen : Westdeutscher Verlag, 1980. – 229 S. (WV-studium ; 28)

**Glang-Süberkrüb, Annegret:** „Der Blick in den Spiegle kann Mut erfordern“. Die Stadtbibliothek Bielefeld befragte ihre Benutzer / Annegret Glang-Süberkrüb

In: Buch und Bibliothek. – ISSN 0340-0301. - 42(1990)8. – S. 646 - 651

**Gohr, Ronald:**

Neue, jugendgemäße Medien in Potsdam / Ronald Gohr

In: Bibliothekinfo. ISSN 0940-7944. – 4(1994)5, S. 268 – 270

**Gundel, Renate:**

Das Leseverhalten von Zwölf- bis Sechzehnjährigen : Eine Umfrage an Sindelfinger Schulen / Renate Gundel

In: Buch und Bibliothek. – ISSN 0340-0301. – 46(1994)6/7, S. 564 – 566

**Handbuch Medien : Computerspiele** / Hrsg.: Jürgen Fritz / Wolfgang Fehr. – Bonn : Bundeszentrale für politische Bildung, Referat Medienpädagogik und Neue Medien, 1997. – 366 S.

**Hartmann, Grit:**

Konzeptionelle Überlegungen für die Jugendbibliotheksarbeit in der Stadtbibliothek Chemnitz / Grit Hartmann. – Leipzig, Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur (FH), Diplomarbeit, 1996. – 81 S.

**Heidtmann, Horst:**

Aus für die Maus? : Aktuelle Einschaltquoten, veränderte Fernsehpräferenzen von Kindern / Horst Heidtmann

In: Beiträge Jugendliteratur und Medien. – ISSN 0943-2795. – 45(1993), 3, S. 178 – 181

**Heidtmann, Horst:**

Die Medienfreunde unserer Kinder : Ergebnisse einer Umfrage / Horst Heidtmann

In: Beiträge Jugendliteratur und Medien. – ISSN 0943-2795. – 47(1995), 4, S. 194 – 201

**Heidtmann, Horst ; Nagl, Manfred:** „Nütze die Jugend nicht: sie vergeht!“: Öffentliche Bibliotheken, Jugendkultur und Jugendbibliotheksarbeit / Horst Heidtmann ; Manfred Nagl

In: Buch und Bibliothek. – ISSN 0340-0301. 47(1995), 6, S. 562- 569

**Henze, Arno:**

Marktforschung : Grundlage für Marketing und Marktpolitik. – Stuttgart : Ulmer, 1994. – 512 S.  
(UTB für Wissenschaft : Uni-Taschenbücher ; 1792)

**Heute schon gelesen?**

In: Chemnitzer Blick (1998)48 vom 15. 11.

**Hinterm Horizont geht’s weiter : Persönliche Gedanken zu den Neunzigern** / Dagmar Gerken u. a.

In : Buch und Bibliothek. – ISSN 0340-0301. – 48(1996) 4. – S. 356ff

**Ihre Meinung zur Chemnitzer Stadtbibliothek ist gefragt: Chemnitzer Uni startet Umfrage – Ergebnisse wichtig für Mibliothekesmarketing**

In: Chemnitzer Amtsblatt. - 8(1998)45 vom 11. 11.

**In Sachen Lesekultur** / Hrsg. vom Bundesminister für Bildung und Wissenschaft. – Alfter : Köllen Druck und Verlags GmbH, 1991. – 146 S.

**Internationales Archiv für Sozialgeschichte der deutschen Literatur** : Hrsg. von Wolfgang Frühwald ; Georg Jäger ; Dieter Langewiesche ... – Tübingen : Niemeyer.

Bd. 18. Bernd Lindner : Funktionswandel von Literatur und lesen : Umbrüche im Leseverhalten Jugendlicher in den neuen Bundesländern. – 1993. - [Sonderdruck Heft 2]. – S. 154 – 160.

**Jahrbuch Lesen ’95** : Fakten & Trends / hrsg. von Spiegel-Verl. und Stiftung Lesen. - Hamburg ; Mainz : Spiegel-Verl. und Stiftung Lesen, 1995. – 127 S. : Abb.

**Jugend ’92** : Lebenslagen, Orientierungen und Entwicklungsperspektiven im vereinigten Deutschland. Hrsg. vom Jugendwerk der Deutschen Shell. – Opladen : Leske und Budrich.

Bd. 4. Methodenberichte – Tabellen – Fragebogen. – 1992. – 298 S.

**Jugendliteratur und Gesellschaft** / Hrsg. von Horst Heidtmann

In: Beiträge Jugendliteratur und Medien. – ISSN 0943-2795. – 4. Beiheft (1993), 243 S.



**Jugend ’97** : Zukunftsperspektiven, Gesellschaftliches Engagement, Politische Orientierungen / Jugendwerk der Deutschen Shell (Hrsg.). – Opladen : Leske und Budrich, 1997. – 459 S.

**Kotler, Philip:**

Marketing-Management : Analyse, Planung und Kontrolle / Philip Kotler. [Dt. Übers. Von Heidi Reber]. – Stuttgart : Poeschel. - 4., völlig Neubearb. Aufl., einmalige und limitierte Sonderausg. – 1989. – 762 S.

**Die Krise zum Umdenken nutzen – Zukunftsperspektiven Öffentlicher Bibliotheken** : ein Symposium der Bertelsmann Stiftung, 18. – 19. Mai 1994 / Elmar Müller ; Bettina Windau (Hrsg.). – Gütersloh : Verl. Bertelsmann Stiftung, 1995. – 136 S.

**Kuhnert, Heinz:**

Aus ostdeutschen Kinderbibliotheken notiert  
In: Buch und Bibliothek. – ISSN 0340-0301. – 45(1993)6/7, S. 550 – 556

**Kuhnert, Heinz:**

Bewahrung und Erneuerung : Zur Entwicklung der Bibliotheksarbeit mit Kindern in der DDR / Heinz Kuhnert  
In: Buch und Bibliothek. – ISSN 0304-0301. – 43(1991)8, S. 640 – 650

**Kundenbefragung in 15 Öffentlichen Bibliotheken in Ostwestfalen-Lippe 1996** / Hrsg. von der Staatlichen Büchereistelle für den Regierungsbezirk Detmold. – Detmold : Staatliche Büchereistelle für den Regierungsbezirk Detmold, 1996. – 23 S.

**Lebenslanges Lesen angestrebt : Stadtbibliothek wertete Schüler- und Bürgerbefragungen aus**

In: Blitzpunkt Chemnitz. – 03(1999)12 vom 27. 3.

**Lesen im internationalen Vergleich : Ein Forschungsgutachten der Stiftung Lesen für das Bundesministerium für Bildung und Wissenschaft** / Hrsg. Stiftung Lesen. – Mainz : Stiftung Lesen

Bd. 1: Bundesrepublik Deutschland ; Deutsche Demokratische Republik ; Schweiz ... – 2. Aufl. – 1991. – 330 S.  
(Materialien der Stiftung Lesen zur Leseförderung und Leseforschung; 2)

**Lesegewohnheiten – Lesebarrieren : öffentliche Bibliothek und Schule – neue Formen der Partnerschaft ; Ergebnisse der Schülerbefragung 1995/1996** / Friederike Harmgarth (Hrsg.). – Gütersloh : Verl. Bertelsmann Stiftung, 1997. – 109 S.

**Lesesozialisation : Studien der Bertelsmann Stiftung.** – Gütersloh : Verl. Bertelsmann Stiftung.

Bd. 1 Leseklima in der Familie. 1993. – 377 S.

Bd. 2. Leseerfahrungen und Lesekarrieren. – 1993. - 374 S.

**Leseverhalten von Grundschulkindern : Eine empirische Untersuchung** / Sabine Brombach ; Frank Sassenscheid (Hrsg.). – Koblenz : Institut für Soziologie der Universität Koblenz-Landau, Abteilung Koblenz, 1992. – 44 S.  
(Veröffentlichungen der Stadtbibliothek Koblenz. 33 / Hrsg. von Dr. Ullrich Theuerkauf)

**Leseverständnis und Lesegewohnheiten deutscher Schüler und Schülerinnen** / Rainer H. Lehmann [u.a.] – Weinheim ; Basel : Beltz, 1995. – 238 S. : Abb.  
(Reihe Beltz Stiftung Lesen)

**Lindner, Bernd:**

Gegenwartsliteratur und junge Leser – eine literatursoziologische Studie / Bernd Lindner. – Berlin : DDR-Zentrum für Kinderliteratur

1. Teil. - 1989 – 75 S.

**Lindner, Bernd:**

„Leseland“ ist abgebrannt / Bernd Lindner  
In: Beiträge Jugendliteratur und Medien. – ISSN 0943-2795. – (1993)1, S. 32 – 42

**Mähler, Bettina:**

Bücherwürmer und Leseratten : Wie Kinder Spaß am Lesen finden // Bettina Mahler ; Heinrich Kreibich zs. mit der Stiftung Lesen. –Org.-ausg. - Reinbek b. Hamburg : Rohwolt, 1994. 186 S. : Abb.  
(rororo : mit Kindern leben ; 9676)

**Eine Marketingkonzeption für öffentliche Bibliotheken:** (dieser Bericht wurde erstellt im Rahmen d. Projektes 11.37 „Entwicklung e. Marketingkonzeption für öffentliche Bibliotheken“ (Juli 1986 – März 1987)] / Dt. Bibliotheksinst. Peter Borchardt ... (Projektleitung: Peter Borchardt). – Berlin: Dbi, 1987. – 249 S.  
(Dbi-Materialien ; 71)

**Martin, Eva:**

Nicht schlecht, langweilig! / Eva Martin  
In: Börsenblatt für den deutschen Buchhandel. – ISSN 0340-7373. - 35(1996)16 vom 30. 4. - S. 189 - 191

**Medienverhalten und Bibliotheksnutzung vor und nach der Wende : Untersuchungen 1988/1993 im Regierungsbezirk Magdeburg** / bearb. von Irmgard Dreßler, u. a. Hrsg. von Steffen Rückl. – Berlin : Humboldt-Univ. Textbd. 1995. 203 S.

**Menschen, Bücher und Computer : Berufsfeld Bibliothek** / Text : Anne Buhrfeind ; Hrsg. : Bundesvereinigung Deutscher Bibliotheksverbände, unter Mitwirkung der DBD-AG-Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: K. Boulanger u. a. – Berlin ; Göttingen : BVB, 1994. – 54 S. : Abb.

**Nutzerbefragung in der Stadtbibliothek Magdeburg : Auswertung einer Befragung von Nutzern der Zentralbibliothek im Mai 1994** / Hrsg. : Peter Petsch ; Text, Graphiken und Redaktion : Heike Kriewald , Peter Petsch, Karin Tietz, Eckardt Walter, Gertraud Walter. – Magdeburg : Stadtbibliothek Magdeburg, 1996. – 81 S.

**Oechsner, Jan:**

Ein Traum aus Licht und Glas : Pläne für den Umbau des Tietz-Kaufhauses liegen auf dem Tisch – Projekt kostet 65 Millionen Mark / von Jan Oechsner  
In: Freie Presse. – 37(1999)83 vom 10. 3.

**Öffentliche Bibliothek und Schule - neue Formen der Partnerschaft; Dokumentation zum Expertenhearing vom 5. – 6. September 1994** / Birgit Dankert ; Andreas Mittrowann (Hrsg.). – 2. Aufl. - Gütersloh : Verl. Bertelsmann Stiftung, 1995

**Öffentliche Bibliothek und Schule – neue Formen der Partnerschaft : Zwischenbericht zum Modellprojekt ; in Kooperation mit den Städten Greifswald, Hoyerswerda, Marburg, Ratingen, Rosenheim und Villingen-Schwenningen** / Bertelsmann Stiftung (Hrsg.). Bearb. von Andreas Mittrowann. – Gütersloh ; Verl. Bertelsmann Stiftung, 1997. – 271 S.

**OPACs für Kinder : Grundlagen für Planung und Gestaltung ; Pflichtenheft** / Deutsches Bibliotheksinstitut. [Erarb. Von der DBI-Expertengruppe „Gestaltung und Nutzung von OPACs in Kinderbibliotheken“. Red.: Rita Schmitt]. – Berlin : DBI, 1996. – 52 S. (Arbeitshilfen / Deutsches Bibliotheksinstitut)

**Pawlowsky-Flodell, Charlotta:**

Technischer Fortschritt ja, aber bitte mit Kultur: Neue Aufgabenfelder für die öffentliche Bibliothek? / Charlotta Pawlowsky-Flodell  
In: Bibliotheksdienst. – 25(1991)1. – S. 20 - 25

**Pepels, Werner:**

Lexikon der Marktforschung / von Professor Werner Pepels, Diplom-Ökonom, Diplom-Betriebswirt. – München : dtv, 1997. – 333 S.

**Petsch, Peter:**

Besucherzählung in der Stadtbibliothek Bremen-Huchting / Peter Petsch  
In: Bibliotheksdienst 24(1990)12. – S. 1633 –1640

**Porst, Rolf:**

Praxis der Umfrageforschung : Erhebung u. Auswertung sozialwiss. Umfragedaten / von Rolf Porst. – Stuttgart : Teubner, 1985. – 172 S. (Teubner-Studienskripten ; 126 : Studienskripten zur Soziologie)

**Raffée, Hans:** Marketing für öffentliche Betriebe / Hans Raffée ; Wolfgang Fritz ; Klaus-Peter Wiemann. – Stuttgart ; Berlin ; Köln : Kohlhammer, 1994 (Kohlhammer-Edition Marketing)

**Rößler, Eveline:**

Bücherfreunde mit Bibliothek sehr zufrieden : Gute Beratung – Größtes Manko: Schlechte Räume / von Eveline Rößler  
In: Freie Presse. - 37(1999)86 vom 14. 4.

**Sander, Uwe:**

Jugendliche in Bibliotheken : Ergebnisse einer empirischen Untersuchung / Uwe Sander  
In : Beiträge Jugendliteratur und Medien. - ISSN 0943-2795. – 47(1995)2, S. 86 – 96

**Schüler an der Schwelle zur Deutschen Einheit : politische und persönliche Orientierung in Ost und West** / Dt. Jugendinstitut unter Mitarb. von Natasa Basic... – Opladen : Leske und Budrich, 1992. – S. 158 – 165

**Schulgesetz für den Freistaat Sachsen(SchulG) vom 3. Juli 1991** / Hrsg. von der Sächsischen Staatskanzlei. Dresden : Sächsische Staatskanzlei, 1991.  
In: Sächsisches Gesetz- und Verordnungsblatt, Nr. 15/1991

**Stachnik, Ingeborg:**

Besucherbefragungen in Bibliotheken : Grundlagen, Methodik, Beispiele /Ingeborg Stachnik. – Berlin : Dt. Bibliotheksinst., 1995. – 119 S. (Arbeitshilfen / Deutsches Bibliotheksinstitut)

**Stadtbibliothek Chemnitz:**

Jahresbericht der Stadtbibliothek Chemnitz – 1997 – Kurzfassung

**Stadtbibliothek Chemnitz:**

Strategische und operative Ziele der Stadtbibliothek für die Zeit des Pilotprojektes Dezentrale Ressourcenverantwortung. – Chemnitz, 1999

**Stadtbibliothek Gütersloh** : lebendig – tagtäglich : ein Marketingkonzept und seine Verwirklichung / Gütersloh : Verl. Bertelsmann Stiftung, 1994. – 76 S. : Ill.

**Stadtbibliothek zieht Schlüsse aus Bürgerumfrage**

In: Chemnitzer Amtsblatt : die Zeitung aus dem Rathaus. – 10(1999)12 vom 24. 3.

**Statistisches Jahrbuch 1998 der Stadt Chemnitz** : Das Jahr 1997 in Zahlen / Hrsg. : Stadt Chemnitz. – 1998. – 226 S.

**Ullrich, Gabriela:**

Zur Situation der Kinder- und Jugendbibliotheken in den neuen Bundesländern . Ergebnisse einer DBI-Umfrage vom September 1192 / Gabriela Ullrich  
In: Bibliotheksinfo. – ISSN 0940-7944. – 3(1993)6, S. 399 - 402

**Umlauf, Konrad:**

Abschied von der „Bibliothek für alle“ : Zur Lage des Bestandsaufbaus / Konrad Umlauf  
In: Buch und Biliothek. – ISSN 0340-0301. – 47(1995)3, S. 238 – 251

**Umlauf, Konrad:**

Bibliotheksmarketing / von Konrad Umlauf. Berlin : Institut für Bibliothekswiss., 1997. – 233 S. (Berliner Handreichungen zur Bibliothekswissenschaft und Bibliotheksbildung ; 34)

**Verwaltungsvorschrift des Sächsischen Staatsministeriums für Kultur über Werbung, Wettbewerbe und Erhebungen in Schulen vom 20. August 1992**

**Vollbrecht, Ralf:**

Jugendliche in Bibliotheken : Erste Ergebnisse des DBI-Projekts“Entwicklung und Erprobung neuer Konzepte der Bibliotheksarbeit für Jugendliche / Ralf Vollbrecht



In: Bibliotheksdienst. – ISSN 0006-1972. – 28(1994)9, S. 1475 - 1484

**Wandlungen der Kindheit : Theoretische Überlegungen zum Strukturwandel der Kindheit heute** / Hrsg. vom Zentrum für Kindheits- und Jugendforschung. – Opladen : Leske +Budrich,., – 1993. – 210 S.  
(Reihe Kindheitsforschung)

**Zusammenarbeit zwischen Schulen und Bücherhallen : Eine Umfrage zusammengestellt und ausgewertet von Heidi Schnoor und Bernd-Axel Widmann unter Mitwirkung von Gudrun Bischoff-Kümmel** / Hrsg. von der Stiftung Hamburger Öffentliche Bücherhallen. – Hamburg : Eigendruck , 1995. – 22 S.



# Anlagen

## Anlage I Kennziffern der Stadtbibliothek Chemnitz

	1994	1995	1996	1997	1998
Bestand gesamt	512.562	494.007	492.846	505.351	497.075
aktueller Bestand	-	327.805	328.349	335.211	326.537
Bestand/Einwohner	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9
Bestandsmittel	684.355 DM	717.705 DM	601.585 DM	717.671 DM	436.961 DM
Benutzer gesamt	25.132	27.043	32.814	35.577	32.880
Benutzer Zentalbiblotheek	15274	14.309	19.057	21.303	21.860
Benutzer Zweigbibliotheken	9858	12.734	13.757	14.274	11.020
Entleihungen gesamt	1.218.541	1.259.167	1.394.487	1.432.462	1.488.507
Entleihungen Zentralbibliothek	582.734	599.743	678.663	735.659	824.214
Entleihungen Zweigbibliotheken	635807	659.424	715.824	696.803	664.293
Entleihungen/Einwohner	4,5	4,7	5,4	5,6	6
Entleihungen/Benutzer	48,5	46,2	42,5	40,3	45,3
Entleihungen/Bestandseinheit*	3,7	3,8	4,2	4,3	4,6
Entleihungen/Öffnungsstunde	98	97,7	130,3	129,5	142,8
Personal	82	82	80	73	62
Veranstaltungen	615	803	497	461	476
Führungen	214	161	168	123	136

	1994	1995	1996	1997	1998
Benutzer gesamt	26.962	27.043	32.814	35.577	32.880
Benutzer Kinder (7-13 Jahre)	6.468	6.938	6.943	7.326	6202
Benutzer Kinder/BenutzerGes.	23,9%	25,8%	21,2%	20,6%	18,9%
Jugendliche (14-18 Jahre)	4.289	4.669	5.184	5.753	5060
Einwohner gesamt	273.234	265.583	257.391	257.152	249.757
Einwohner Kinder (7-13 Jahre)	22.422	21.250	19.997	19.312	17.365
Einwohner Kinder/Einwohner Ges.	8,2%	8,0%	7,8%	7,50%	6,9%
BenutzerKinder/Einwohner Kinder	28,8%	32,6%	34,7%	37,9%	35,7%

## Anlage II Auflistung und Lage der an der Umfrage beteiligten Schulen

- Gebrüder-Grimm-Grundschule (Pretest Klasse 4) – Kaßberg
- Johann-Wolfgang-v.-Goethe-Gymnasium (Pretest Klasse 5) – Bernsdorf
- Grundschule am Stadtpark – Helbersdorf
- Grundschule Kappel – Kappel
- Schloßschule - Grundschule – Schloßviertel
- Grundschule Sonnenberg – Sonnenberg
- Annenschule - Mittelschule – Zentrum
- Jan-Amos-Comenius-Mittelschule – Althchemnitz
- A.-v.-Humboldt-Mittelschule – Sonnenberg/Gablenz
- Untere Luisenschule - Mittelschule – Schloßviertel

Gymnasium „Am Schloßteich“ – Zentrum  
Dr.-Wilhelm-André-Gymnasium – Kaßberg  
Werner-Heisenberg-Gymnasium - Markersdorf

## Anlage III Beispielfragebogen Klasse 4/5

Logo der Stadtbibliothek

- Stadtbibliothek Chemnitz
- Haus am Schillerplatz
- Stadtteilbibliothek „Hans Beimler“
- Stadtteilbibliothek „Am Südring“
- Stadtteilbibliothek Yorckgebiet
- Stadtteilbibliothek „Georg Weerth“
- Zweigbibliothek Einsiedel
- Zweigbibliothek Reichenhain
- Kinderbibliothek Kaßberg
- Kinderbibliothek Sonnenberg
- Bücherbus

### Fragebogen für Klassen 4 und 5

Diese Umfrage wird von der Stadtbibliothek Chemnitz durchgeführt.

Wir möchten gern genauer wissen, wie ihr eure Freizeit verbringt, wie wichtig für euch Bibliotheken sind, wie sie euch jetzt gefallen und wie ihr euch eine Bibliothek für Kinder wünscht.

Wir wollen die Bibliotheken in unserer Stadt schöner und interessanter für euch gestalten. Euren Antworten sind dabei sehr wichtig für uns, deshalb möchten wir uns für eure Hilfe herzlich bedanken.

Die Umfrage ist anonym, also schreibt bitte euren Namen **nicht** auf den Fragebogen.

Die Teilnahme an der Umfrage ist freiwillig.

Dieser Fragebogen ist einfach auszufüllen, wenn ihr folgendes beachtet:

- die Frage gründlich durchlesen
- die Antwortmöglichkeiten durchgehen
- in den Klammern ( ) ankreuzen, was für euch zutrifft oder
- auf der Strichlinie ..... etwas eintragen.

Falls ihr eine Frage oder ein Wort nicht versteht, wendet euch an eure LehrerInnen.

### Zuerst zwei Fragen zu deiner Person:

1. Wie alt bist du ?  
.....Jahre
2. Welches Geschlecht hast du ?  
( ) Junge ( ) Mädchen

### Jetzt die Fragen zur Freizeit:

#### 3. Was machst du in deiner Freizeit am liebsten ?

Bitte nur die 5 wichtigsten Beispiele ankreuzen:

- |                      |                                     |
|----------------------|-------------------------------------|
| ( ) Sport treiben    | ( ) Freunde treffen                 |
| ( ) bummeln gehen    | ( ) mein Haustier versorgen         |
| ( ) spielen          | ( ) einkaufen                       |
| ( ) basteln          | ( ) Musik hören                     |
| ( ) Fernsehen        | ( ) Videos anschauen                |
| ( ) Computer spielen | ( ) Zeitschriften oder Bücher lesen |
| ( ) musizieren       |                                     |

#### 4. Wo hältst du dich in deiner Freizeit am liebsten auf ?



Bitte nur die 3 wichtigsten Orte auswählen:

- ☐ in der Sporthalle/ im Schwimmbad
- ☐ auf dem Sportplatz/
- ☐ im Freien
- ☐ in der Schule
- ☐ bei Freunden
- ☐ zu Hause
- ☐ im Freizeitzentrum
- ☐ im Hort
- ☐ im Kaufhaus/Einkaufszentrum
- ☐ im Kino
- ☐ im Buchladen/Musikladen
- ☐ in der Bibliothek
- ☐ bei den Großeltern
- ☐ anderes, z. B. ....

5. Wieviel Zeit verbringst du täglich ungefähr mit dem Lesen von:

- |               |                                     |                                     |                                    |
|---------------|-------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------|
| Büchern       | <input type="checkbox"/> keine      | <input type="checkbox"/> 30 Minuten | <input type="checkbox"/> 2 Stunden |
|               | <input type="checkbox"/> 15 Minuten | <input type="checkbox"/> 1 Stunde   | <input type="checkbox"/> mehr      |
| Comics        | <input type="checkbox"/> keine      | <input type="checkbox"/> 30 Minuten | <input type="checkbox"/> 2 Stunden |
|               | <input type="checkbox"/> 15 Minuten | <input type="checkbox"/> 1 Stunde   | <input type="checkbox"/> mehr      |
| Zeitschriften | <input type="checkbox"/> keine      | <input type="checkbox"/> 30 Minuten | <input type="checkbox"/> 2 Stunden |
|               | <input type="checkbox"/> 15 Minuten | <input type="checkbox"/> 1 Stunde   | <input type="checkbox"/> mehr      |

6. Was interessiert dich dabei besonders ?

Bitte die 5 wichtigsten Gebiete ankreuzen:

- ☐ Geschichte/Politik
- ☐ Armee/Waffen
- ☐ Sport
- ☐ Spiele
- ☐ Sammeln/Basteln
- ☐ Fremdsprachen
- ☐ Musik/Musikgruppen, SängerInnen
- ☐ Kunst
- ☐ Fernsehstars
- ☐ Länder und Reisen
- ☐ Mathematik
- ☐ Computer
- ☐ Tiere, Naturwissenschaft und Umwelt
- ☐ Technik
- ☐ Körper/Kosmetik
- ☐ sexuelle Aufklärung
- ☐ Auto/Motorsport/Fahrzeuge
- ☐ Planeten und Raumfahrt
- ☐ Haustiere
- ☐ Pferde
- ☐ Mode
- ☐ Mädchenbücher
- ☐ Probleme ( z. B. Angst, Gewalt ...)
- ☐ Freundschaft/Liebe
- ☐ Schule
- ☐ Grusel
- ☐ Märchen
- ☐ Abenteuer
- ☐ Krimi
- ☐ Indianer

7. Wieviel Zeit verbringst du täglich mit dem Hören von Kassetten/CD's ?

- |                    |                                    |                                     |                                   |
|--------------------|------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|
| Kinderlieder       | <input type="checkbox"/> keine     | <input type="checkbox"/> 30 Minuten | <input type="checkbox"/> 1 Stunde |
|                    | <input type="checkbox"/> 2 Stunden | <input type="checkbox"/> mehr       |                                   |
| Klassische Musik   | <input type="checkbox"/> keine     | <input type="checkbox"/> 30 Minuten | <input type="checkbox"/> 1 Stunde |
|                    | <input type="checkbox"/> 2 Stunden | <input type="checkbox"/> mehr       |                                   |
| Rock- und Popmusik | <input type="checkbox"/> keine     | <input type="checkbox"/> 30 Minuten | <input type="checkbox"/> 1 Stunde |
|                    | <input type="checkbox"/> 2 Stunden | <input type="checkbox"/> mehr       |                                   |
| Hörspiele          | <input type="checkbox"/> keine     | <input type="checkbox"/> 30 Minuten | <input type="checkbox"/> 1 Stunde |
|                    | <input type="checkbox"/> 2 Stunden | <input type="checkbox"/> mehr       |                                   |
| Märchen            | <input type="checkbox"/> keine     | <input type="checkbox"/> 30 Minuten | <input type="checkbox"/> 1 Stunde |
|                    | <input type="checkbox"/> 2 Stunden | <input type="checkbox"/> mehr       |                                   |

8. Bitte kreuze an, was du selbst besitzt oder von Eltern/Geschwistern benutzen darfst:

- |               | selbst:                  | mitbenutzen:             | keine:                   |
|---------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Bücher        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Kassetten     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| CD's          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Schallplatten | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Zeitschriften | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Radio         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Walkman	( )	( )	( )
CD-Player	( )	( )	( )
Fernseher	( )	( )	( )
Plattenspieler	( )	( )	( )
Videorecorder	( )	( )	( )
Musikinstrument	( )	( )	( )
Computer	( )	( )	( )

**9. Wofür nutzt du den Computer ?**

( ) spielen	( ) Texte schreiben
( ) programmieren	( ) lernen
( ) Internet	( ) musizieren

**Jetzt die Fragen zur Bibliothek:**

**10. Gibt es in deiner Nähe eine Bibliothek?**

in der Nähe der Schule:	( ) ja	( ) nein	( ) weiß ich nicht
in der Nähe der Wohnung:	( ) ja	( ) nein	( ) weiß ich nicht

**11. Wie hast du erfahren, daß es Bibliotheken gibt?**

( ) meine Eltern/Geschwister haben mich mitgenommen
( ) ich war mit der Klasse/Hortgruppe dort
( ) Freunde haben mir davon erzählt
( ) ich habe in der Zeitung davon gelesen

**12. Gehst du manchmal in eine Bibliothek ?**

( ) ja	In welche ?.....
	(mehrere Angaben sind möglich)
( ) nein	

Bist du in einer Bibliothek angemeldet ?

( ) ja	( ) nein	( ) nicht mehr
--------	----------	----------------

**Falls du in eine Bibliothek gehst, dann beantworte weiter ab Frage 13.**

**Falls du gar nicht in eine Bibliothek gehst, gib bitte an, warum:**

(mehrere Kreuze sind möglich):

( ) es ist zu weit von zu Hause
( ) meine Eltern erlauben es nicht
( ) ich lese nicht gern
( ) ich habe selbst genug Bücher
( ) ich habe selbst genug Kassetten oder CD's
( ) dort gibt es nicht, was ich möchte
( ) ich finde mich dort nicht zurecht
( ) mir gefällt es dort nicht
( ) die Bibliothekarin ist unfreundlich
( ) ich habe oft das Abgabedatum vergessen
( ) die Mahngebühren sind zu hoch
( ) meine Freunde gehen auch nicht hin
( ) die Öffnungszeiten sind ungünstig

**Falls du in keine Bibliothek gehst, dann beantworte weiter ab Frage 19.**

**13. Wie oft gehst du in eine Bibliothek ?**



Bitte nur 1 Beispiel ankreuzen:

- ☐ 1 mal im Jahr
- ☐ mehrmals im Jahr
- ☐ 1 mal im Monat
- ☐ 1 mal in der Woche
- ☐ mehrmals in der Woche

14. Wie kommst du zur Bibliothek ?

Bitte nur 1 Beispiel ankreuzen:

- ☐ ich laufe
- ☐ mit dem Fahrrad
- ☐ mit dem Bus/Straßenbahn
- ☐ ich werde mit dem Auto gebracht

15. Wie lange brauchst du dafür ungefähr ?

..... Stunden      ..... Minuten

16. Wie lange bleibst du meistens in der Bibliothek ?

Bitte nur 1 Beispiel ankreuzen:

- ☐ 15 Minuten
- ☐ 45 Minuten
- ☐ 2 Stunden
- ☐ 30 Minuten
- ☐ 1 Stunde
- ☐ 3 Stunden
- ☐ mehr

17. Was machst du meistens in der Bibliothek ?

(mehrere Kreuze sind möglich)

- ☐ entleihen und abgeben
- ☐ lesen
- ☐ Hausaufgaben
- ☐ malen
- ☐ spielen
- ☐ Musik hören
- ☐ Freunde treffen
- ☐ mich informieren
- ☐ im Lesecafé sitzen
- ☐ im Internet surfen
- ☐ Nachschlagewerke benutzen
- ☐ Veranstaltungen/Ausstellungen besuchen
- ☐ kopieren

18. Was leihst du dir am liebsten aus ?

Bitte nur 3 Beispiele auswählen:

- ☐ Romane
- ☐ Comics
- ☐ Sachbücher
- ☐ Jugendbücher
- ☐ Zeitschriften
- ☐ Kassetten
- ☐ Schallplatten
- ☐ CD's
- ☐ CD-ROM's
- ☐ Spiele
- ☐ Videos

19. Was wünschst du dir in einer guten Bibliothek ?

(mehrere Kreuze sind möglich)

- ☐ extra Räume für Kinder, getrennt von Jugendlichen
- ☐ extra Räume für Kinder, getrennt von Erwachsenen
- ☐ Ecken zum Sitzen und Schwatzen
- ☐ Platz zum Spielen
- ☐ Plätze für Hausaufgaben
- ☐ viel Platz zwischen den Regalen
- ☐ viele neue Bücher
- ☐ übersichtliche Aufstellung der Bücher
- ☐ Spiele
- ☐ viele Rock- und Popmusik-Kassetten
- ☐ Videos
- ☐ Musik-CD's
- ☐ Computerspiele
- ☐ andere CD-ROM's
- ☐ Zeitschriften

- ( ) Comics
- ( ) Kopfhörer zum Musikhören
- ( ) Computer zum Spielen
- ( ) Fernsehgerät/Videogerät
- ( ) freundliches Personal
- ( ) längere Öffnungszeiten
- ( ) anderes, z. B.: .....

## Anlage IV Gesetzesauszug

Verwaltungsvorschrift des Sächsischen Staatsministeriums für Kultus über Werbung, Wettbewerbe und Erhebungen in Schulen – Vom 20. August 1992

### Abschnitt 4 Erhebungen

- 4.1 Erhebungen, insbesondere Umfragen und wissenschaftliche Untersuchungen in Schulen durch Personen oder Institutionen außerhalb der Schulverwaltung bedürfen der Genehmigung. Die Genehmigung kann erteilt werden, wenn der Erhebung ein erhebliches pädagogisch-wissenschaftliches Interesse anzuerkennen ist und sich die Belastung für Schule, Schüler und Lehrer in zumutbarem Rahmen hält. Sie ist mit den erforderlichen Auflagen zu verbinden, insbesondere hinsichtlich der Information, der Zustimmung und der Anonymität der zu Befragenden oder ihrer Eltern sowie des Datenschutzes. Personenbezogene Daten von Schülern dürfen nur mit Einwilligung der Eltern oder der volljährigen Schüler erhoben werden. Bei Erhebungen, die über den Bereich des Oberschulamtes hinaus stattfinden sollen, erteilt die Genehmigung das Staatsministerium für Kultus, im übrigen das zuständige Oberschulamts.
- 4.2 Dies gilt nicht für Erhebungen, die Schulträger im Rahmen ihrer Aufgaben durchführen. Diese sollen den Schulaufsichtsbehörden aber angezeigt werden.

## Anlage V Schülerzahl in den Klassen 4/5 und Beteiligung pro Schule

Schule	Schüler		Beteiligung	%
	Klasse 4	Klasse 5		
Grundschule „Am Stadtpark“	95		69	72,6%
Grundschule Kappel	40		36	90,0%
Grundschule Sonnenberg	84		28	33,3%
Schloßschule Grundschule	46		25	54,3%
Grundschulen gesamt	265		158	59,6%
A.-v.-Humboldt-Mittelschule		55	46	83,6%
Annenschule - Mittelschule		54	27	50,0%
Jan-Amos-Comenius-Mittelschule		71	33	46,5%
Untere Luisenschule - Mittelschule		85	60	70,6%
Mittelschulen gesamt		265	166	62,6%
Dr.-Wilhelm-André-Gymnasium		95	87	91,6%
Gymnasium „Am Schloßteich“		82	75	91,5%
Werner-Heisenberg-Gymnasium		93	78	83,9%
Gymnasien gesamt		270	240	88,9%

## Anlage VI Tabellen zur Altersverteilung

	9	10	11	12	13	Gesamt
Grundschule	54	81	22	1	0	158
Gymnasium	1	125	110	4	1	241
Mittelschule	0	67	87	10	1	165
Gesamt	55	273	219	15	2	564

Verteilung nach Schulart und Alter der Befragten (absolute Zahlen)

	9	10	11	12	13	Gesamt
Grundschule	98,2	29,7	10,0	6,7	0,0	28,0
Mittelschule	0,0	24,5	40,0	66,7	50,0	29,4
Gymnasium	1,8	45,8	50,0	26,7	50,0	42,7
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Verteilung (in %) nach Schulart und Alter der Befragten

	9	10	11	12	13	Gesamt
Grundschule	34,2	51,3	13,9	0,6	0,0	100,0
Mittelschule	0,0	40,4	53,0	6,0	0,6	100,0
Gymnasium	0,4	51,9	45,6	1,7	0,4	100,0
Gesamt	9,7	48,3	38,9	2,7	0,4	100,0



Verteilung (in %) nach Schulart und Alter der Befragten

Anlage VII - Ausführliches Beispiel für die Berechnungen

Absolutwerte									Prozent zu Teilstichprobe										
Schulart	Grundschule		Gymnasium		Mittelschule		S	%	Grundschule		Gymnasium		Mittelschule		Grund	Gym	Mittel	männ	weib
Geschlecht	m	w	m	w	m	w			m	w	m	w	m	w	schule	nasium	schule	lich	lich
Sport treiben	50	30	49	69	60	46	304	53,9%	54,9%	44,8%	55,1%	45,7%	73,2%	54,8%	50,6%	49,2%	63,9%	60,7%	48,0%
bummeln gehen	13	13	5	37	9	26	103	18,3%	14,3%	19,4%	5,6%	24,5%	11,0%	31,0%	16,5%	17,5%	21,1%	10,3%	25,2%
spielen	64	42	58	61	51	37	313	55,5%	70,3%	62,7%	65,2%	40,4%	62,2%	44,0%	67,1%	49,6%	53,0%	66,0%	46,4%
basteln	11	28	19	48	10	31	147	26,1%	12,1%	41,8%	21,3%	31,8%	12,2%	36,9%	24,7%	27,9%	24,7%	15,3%	35,4%
Fernsehen	57	29	52	56	46	30	270	47,9%	62,6%	43,3%	58,4%	37,1%	56,1%	35,7%	54,4%	45,0%	45,8%	59,2%	38,1%
Computer spielen	58	15	58	41	55	18	245	43,4%	63,7%	22,4%	65,2%	27,2%	67,1%	21,4%	46,2%	41,3%	44,0%	65,3%	24,5%
musizieren	4	11	10	29	1	15	70	12,4%	4,4%	16,4%	11,2%	19,2%	1,2%	17,9%	9,5%	16,3%	9,6%	5,7%	18,2%
Freunde treffen	54	38	55	105	60	49	361	64,0%	59,3%	56,7%	61,8%	69,5%	73,2%	58,3%	58,2%	66,7%	65,7%	64,5%	63,6%
Haustier versorgen	22	33	17	67	21	38	198	35,1%	24,2%	49,3%	19,1%	44,4%	25,6%	45,2%	34,8%	35,0%	35,5%	22,9%	45,7%
einkaufen	4	6	9	11	5	10	45	8,0%	4,4%	9,0%	10,1%	7,3%	6,1%	11,9%	6,3%	8,3%	9,0%	6,9%	8,9%
Musik hören	36	37	32	77	28	34	244	43,3%	39,6%	55,2%	36,0%	51,0%	34,1%	40,5%	46,2%	45,4%	37,3%	36,6%	49,0%
Videos anschauen	24	12	22	24	29	14	125	22,2%	26,4%	17,9%	24,7%	15,9%	35,4%	16,7%	22,8%	19,2%	25,9%	28,6%	16,6%
Zeitschriften/ Bücher lesen	38	37	53	118	34	58	338	59,9%	41,8%	55,2%	59,6%	78,1%	41,5%	69,0%	47,5%	71,3%	55,4%	47,7%	70,5%
keine Angabe	0	1	1	1	0	0	3	0,5%	0,0%	1,5%	1,1%	0,7%	0,0%	0,0%	0,6%	0,8%	0,0%	0,4%	0,7%
Absolutwerte gewichtet									Prozent zu Teilstichprobe										
Schulart	Grundschule		Gymnasium		Mittelschule		S	%	Grundschule		Gymnasium		Mittelschule		Grund	Gym	Mittel	männ	weib
Geschlecht	m	w	m	w	m	w			m	w	m	w	m	w	schule	nasium	schule	lich	lich
Sport treiben	74	63	26	24	72	50	309	54,7%	54,9%	44,8%	55,1%	45,7%	73,2%	54,8%	49,7%	50,1%	64,4%	61,4%	48,1%
bummeln gehen	19	27	3	13	11	28	101	17,9%	14,3%	19,4%	5,6%	24,5%	11,0%	31,0%	16,9%	15,7%	20,5%	11,7%	24,0%
spielen	94	88	30	22	61	40	336	59,5%	70,3%	62,7%	65,2%	40,4%	62,2%	44,0%	66,4%	51,9%	53,5%	66,6%	52,6%
basteln	16	59	10	17	12	33	147	26,1%	12,1%	41,8%	21,3%	31,8%	12,2%	36,9%	27,3%	26,9%	24,0%	13,7%	38,4%
Fernsehen	84	61	27	20	55	32	280	49,6%	62,6%	43,3%	58,4%	37,1%	56,1%	35,7%	52,7%	47,0%	46,3%	59,6%	39,7%
Computer spielen	85	31	30	15	66	19	247	43,9%	63,7%	22,4%	65,2%	27,2%	67,1%	21,4%	42,5%	44,9%	45,2%	65,2%	23,0%
musizieren	6	23	5	10	1	16	62	11,0%	4,4%	16,4%	11,2%	19,2%	1,2%	17,9%	10,6%	15,5%	9,2%	4,4%	17,4%
Freunde treffen	79	80	29	37	72	53	350	62,1%	59,3%	56,7%	61,8%	69,5%	73,2%	58,3%	58,0%	65,9%	66,1%	64,6%	59,6%
Haustier versorgen	32	69	9	24	25	41	201	35,6%	24,2%	49,3%	19,1%	44,4%	25,6%	45,2%	37,0%	32,6%	35,0%	23,8%	47,1%
einkaufen	6	13	5	4	6	11	44	7,8%	4,4%	9,0%	10,1%	7,3%	6,1%	11,9%	6,7%	8,6%	8,9%	6,0%	9,6%
Musik hören	53	78	17	27	34	37	245	43,5%	39,6%	55,2%	36,0%	51,0%	34,1%	40,5%	47,6%	44,0%	37,2%	37,0%	49,7%
Videos anschauen	35	25	12	9	35	15	131	23,1%	26,4%	17,9%	24,7%	15,9%	35,4%	16,7%	22,0%	20,0%	26,4%	29,3%	17,1%
Zeitschriften/Bücher lesen	56	78	28	42	41	63	307	54,4%	41,8%	55,2%	59,6%	78,1%	41,5%	69,0%	48,7%	69,5%	54,7%	44,6%	63,9%
keine Angabe	0	2	1	0	0	0	3	0,5%	0,0%	1,5%	1,1%	0,7%	0,0%	0,0%	0,8%	0,9%	0,0%	0,2%	0,9%

Anlage VIII Gesamttabelle Leseinteressen

Gewichtet N = 564	Grundschule	Gymnasium	Mittelschule	männlich	weiblich	gesamt	%
Geschichte/Politik	3,4%	5,6%	4,8%	5,4%	3,1%	24	4,3%
Sport	30,7%	26,1%	45,4%	50,3%	19,6%	196	34,8%
Sammeln/Basteln	11,3%	10,4%	9,4%	5,2%	15,7%	59	10,5%
Musik,- gruppen,SängerInnen	25,2%	18,9%	20,7%	10,6%	34,3%	127	22,6%
Fernsehstars	12,2%	12,0%	14,7%	11,3%	14,6%	73	13,0%
Mathe	11,0%	10,0%	4,3%	10,1%	7,1%	48	8,6%
Tiere,Natur,Umwelt	41,5%	41,4%	34,0%	30,3%	47,5%	220	39,0%
Körper/Kosmetik	2,8%	3,9%	1,8%	1,0%	4,3%	15	2,7%
Auto,Motorsport,Fahrzeuge	22,0%	18,1%	19,0%	40,5%	0,5%	114	20,3%
Haustiere	35,8%	33,5%	37,0%	17,3%	53,9%	202	35,8%
Mode	6,9%	9,5%	6,8%	0,4%	14,2%	41	7,3%
Probleme	2,8%	10,8%	4,1%	2,0%	7,3%	26	4,7%
Schule	5,9%	2,8%	5,3%	1,4%	8,8%	29	5,1%
Märchen	15,1%	10,4%	8,2%	8,5%	15,4%	67	11,9%
Krimi	19,2%	21,3%	17,7%	23,4%	14,8%	108	19,1%
Armee/Waffen	24,8%	12,9%	15,8%	36,5%	3,1%	111	19,7%

Spiele	23,0%	18,9%	19,0%	24,5%	17,4%	118	20,9%
Fremdsprachen	6,4%	8,3%	8,8%	7,0%	8,0%	42	7,5%
Kunst	8,6%	7,1%	11,5%	4,0%	14,5%	52	9,3%
Länder,Reisen	7,4%	8,6%	4,8%	8,0%	5,5%	38	6,7%
Computer	21,1%	30,2%	26,2%	39,0%	10,2%	138	24,5%
Technik	14,2%	21,1%	15,8%	30,1%	2,1%	90	16,0%
Sexuelle Aufklärung	8,4%	8,8%	7,2%	8,2%	8,0%	46	8,1%
Planeten,Raumfahrt	11,2%	18,4%	14,9%	21,9%	5,6%	77	13,7%
Pferde	24,8%	13,8%	21,7%	1,9%	41,3%	123	21,8%
Mädchenbücher	8,0%	9,2%	8,0%	1,5%	14,8%	46	8,2%
Freundschaft,Liebe	8,7%	16,2%	20,5%	6,0%	21,8%	79	14,0%
Grusel	20,2%	28,3%	27,2%	27,4%	20,7%	135	24,0%
Abenteuer	28,0%	40,3%	34,1%	36,0%	28,6%	182	32,2%
Indianer	5,8%	6,3%	5,0%	8,3%	3,0%	32	5,6%
Keine Angabe	1,3%	0,0%	1,8%	1,4%	1,1%	7	1,3%

Was interessiert dich dabei besonders?

Anlage IX Gesamttabelle Medienbesitz

Gewichtet N=564	Grundschule	Gymnasium	Mittelschule	männlich	weiblich	Summe	%
Bücher	96,6%	95,8%	93,3%	92,8%	97,7%	538	95,3%
Kassetten	95,5%	94,9%	94,5%	92,8%	97,2%	536	95,1%
CD's	77,5%	90,0%	89,1%	82,4%	84,8%	472	83,6%
Schallplatten	45,3%	47,3%	41,6%	41,8%	47,0%	251	44,4%
Zeitschriften	88,0%	90,9%	87,5%	89,3%	87,4%	498	88,3%
Radio	89,1%	95,8%	92,7%	91,5%	91,5%	516	91,5%
Walkman	65,8%	73,8%	75,7%	63,4%	77,5%	398	70,5%
CD-Player	74,1%	83,8%	89,3%	79,8%	82,0%	456	80,9%
Fernseher	86,0%	91,9%	95,0%	91,2%	89,0%	508	90,1%
Plattenspieler	42,5%	48,2%	42,4%	42,3%	44,6%	245	43,5%
Videorecorder	73,4%	78,9%	81,9%	76,4%	78,1%	436	77,2%
Musikinstrument	42,8%	48,0%	41,6%	34,3%	52,2%	244	43,3%
Computer	69,9%	81,0%	77,9%	79,7%	69,5%	420	74,5%

Was besitzt du selbst oder darfst du mitbenutzen ? (beide Werte zusammengefaßt)

Anlage X Nutzung der Einrichtungen der Stadtbibliothek

	Grundschule	Gymnasium	Mittelschule	männlich	weiblich	Summe	%
Anzahl Beteiligung	80	158	78	137	179	316	100%
Sonnenberg	21,3%	1,3%	16,7%	8,0%	11,7%	32	10,1%
Bücherbus	0,0%	17,7%	2,6%	11,7%	7,8%	30	9,5%
Zentralbibliothek	8,8%	22,2%	19,2%	16,1%	19,6%	57	18,0%
Schulbibliothek	0,0%	39,2%	5,1%	11,7%	27,9%	66	20,9%
Beimler	0,0%	0,0%	1,3%	0,7%	0,0%	1	0,3%
Südring	47,5%	3,8%	2,6%	19,7%	10,6%	46	14,6%
Yorckgebiet	1,3%	1,3%	16,7%	6,6%	3,9%	16	5,1%
Weerth	0,0%	0,6%	7,7%	3,6%	1,1%	7	2,2%
Reichenhain	0,0%	0,6%	1,3%	0,0%	1,1%	2	0,6%
Spektrum	21,3%	13,3%	26,9%	21,9%	16,2%	59	18,7%

Welche Bibliothek besuchst du?

Anlage XI Gesamttabelle, alle Befragten, alle Ausprägungen „Was wünschst du dir in einer guten Bibliothek ?“ (Mehrfachangaben möglich)

Gewichtet N = 564	Grundschule	Gymnasium	Mittelschule	männlich	weiblich	gesamt	%
Viele neue Bücher	61,3%	64,5%	68,8%	59,8%	68,9%	363	64,4%
Ecken zum Sitzen und Schwatzen	49,0%	57,0%	56,8%	49,0%	57,1%	299	53,1%
Freundliches Personal	39,7%	62,1%	59,4%	48,8%	51,7%	284	50,3%
Längere Öffnungszeiten	44,5%	49,7%	52,6%	50,6%	45,8%	271	48,1%
Übersichtliche Aufstellung der Bücher	45,4%	54,2%	46,2%	45,5%	49,0%	266	47,2%
Getrennt von Jugendlichen	54,1%	32,3%	44,0%	48,8%	44,9%	264	46,8%
Computer zum Spielen	46,0%	40,1%	49,4%	63,9%	28,6%	260	46,1%
Comics	42,3%	36,8%	45,8%	54,7%	30,6%	240	42,5%
Computerspiele	44,2%	39,4%	43,4%	57,4%	29,1%	243	43,1%
Videos	40,1%	36,5%	48,0%	47,9%	36,4%	238	42,1%



Musik-CD's	39,2%	41,1%	44,0%	42,1%	40,3%	232	41,2%
Rock-und Popmusikassetten	39,4%	33,7%	36,0%	37,3%	37,3%	210	37,3%
Spiele	42,9%	32,8%	39,4%	45,5%	34,5%	225	39,9%
Zeitschriften	32,9%	39,4%	35,9%	33,0%	37,1%	198	35,1%
Platz zwischen Regalen	34,7%	34,5%	34,8%	32,2%	37,1%	196	34,7%
Getrennt von Erwachsenen	32,2%	32,0%	36,1%	34,8%	32,2%	189	33,5%
Fernsehgerät/Videogerät	32,4%	16,1%	27,5%	36,4%	19,5%	157	27,8%
Kopfhörer zum Musikhören	30,7%	28,3%	25,9%	30,8%	26,6%	162	28,7%
Platz zum Spielen	28,9%	13,7%	26,5%	25,5%	25,3%	143	25,4%
Plätze für Hausaufgaben	18,3%	35,5%	26,1%	21,5%	26,4%	135	24,0%
Andere CD-ROM's	20,2%	25,0%	19,7%	28,0%	13,9%	118	20,9%
Anderes	7,6%	16,4%	17,5%	12,6%	12,3%	70	12,5%
Keine Angabe	7,0%	6,8%	5,5%	5,4%	7,4%	36	6,4%

Was wünschst du dir in einer guten Bibliothek?

## Anlage XII Was wünschst du dir in einer guten Bibliothek ? – „anderes“

1 Nennung: Kinderkino, neue Kassetten, Geschenk nach dem 20. Besuch, Babybücher, Sportzeitschriften, Ruhe, Witzbücher, Bücherordnung nach Alphabet, nette Räume, nicht so still sein müssen, mithelfen dürfen, Ausleihen ohne Karte (Ausweis), Haus ohne andere Bewohner (bezieht sich auf Konflikte mit Jugendclub), mehr Musik von Ärzten, Toten Hosen, Böhsen Onkelz, Video-Spiele, hingehen (abgeben ?) wann man will, Technik, Techno-Musik, Lesesaal, Schallplatten, Nachschlagewerke, viele Pflanzen, Märchen, Ausstellungen für Kinder, leere Disketten, Kopieren von Spielen, Indianerbücher, Leute, die mit kleinen Kindern spielen, wenn Eltern Bücher aussuchen

- 2 Nennungen: spannende Bücher, mehr Exemplare, Fremdsprachenbücher, Katze zum Streicheln, CD-Player, Sauberkeit, Internet, Einteilung nach Bücherarten, Game-Boy-Spiele,
- 3 Nennungen: längere Ausleihfristen, Lesecafé
- 6 Nennungen: Krimis, Detektivbücher
- 7 Nennungen: Tierbücher
- 8 Nennungen: Videoausleihe kostenlos oder billiger



### Fußnoten

[1] Süberkrüb. In: BuB 42(1990)8, S. 646

[2] Bibliotheksarbeit für Kinder (1997), S. 5

[3] Amtsblatt. a.a.O.

[4] Borchardt zitiert die Auflage von 1977: „... Führungs- und Handlungskonzept ..,das unter Einsatz eines speziellen Instrumentariums bestimmte unternehmerische Ziele zu erreichen hilft.“( Marketingkon-zeption, S. 32) Raffée wählt die Definition aus der 7. Auflage von 1992: „Marketing ist ein Prozeß im Wirtschafts- und Sozialgefüge, durch den Einzelpersonen und Gruppen ihre Bedürfnisse und Wünsche befriedigen, indem sie Produkte und andere Dinge von Wert erzeugen, anbieten und miteinander austauschen.“( Marketing, S. 35) Dies ist kein Widerspruch, sondern zeigt verschiedene Schwerpunkte der Betrachtung durch den Autor.

[5] Kotler, Marketing-Management (1989), S. 20

[6] Vgl. Kotler, a.a.O., S 21- 23

[7] Vgl. a.a.O., S. 711

[8] Vgl. Borchardt u.a., Marketingkonzeption, S. 37- 44

[9] Kotler, a.a.O., S. 33

[10] Vgl. Borchardt u. a., Marketingkonzeption, S. 63

[11] Effektive Bibliothek, Bd. 1, S. 29

[12] Vgl. Effektive Bibliothek, Bd. 1, S. 253- 254

[13] Vgl. Effektive Bibliothek, Bd. 1 S. 29 - 51

[14] Vgl. Stachnik, Besucherbefragungen, S. 34 sowie Borchardt u.a., Marketingkonzeption, S. 68 und Effektive Bibliothek, Bd. 1, S. 30

[15] Vgl. Stachnik, S 55

[16] Vgl.a. a. O., S. 69 - 70

[17] Vgl. Martin, S. 189 - 190

[18] Vgl. Jugend '97, S. 36 - 39

[19] Diese wurden in der Auswertung zum Forschungsprojekt „Medienverhalten und Bibliotheksnutzung vor und nach der Wende“ dargestellt.

[20] Vgl.: Nutzerbefragung Magdeburg, S. 5 - 81

[21] Vgl. Bibliotheksarbeit mit Jugendlichen, Bd. 1

[22] Vgl. Bibliotheksarbeit für Jugendliche, Bd. 3

[23] Vgl. Bibliotheksarbeit für Jugendliche, Bd. 2

[24] Vgl. Effektive Bibliothek, Bd. 2

[25] Vgl. Pawlowsky-Flodell, Technischer Fortschritt, S. 21 - 25

[26] Vgl. Petsch, Besucherzählung , S. 105 - 108

[27] Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen

[28] Vgl. Brinkmann, Jugendliche, (1994), S. 14 - 20

[29] Vgl. Lesen im internationalen Vergleich, S. 29 - 32

[30] International Association for the Evaluation of Educational Achievement

[31] Leseverständnis, S. 16

[32] Vgl. Leseverständnis, S. 9 – 29 und S. 49 - 68

[33] Vgl. Leseklima, S. 7 - 29

[34] Vgl. Leseverhalten, Koblenz

[35] Vgl. Heidtmann, Medienfreunde, S. 194 - 201

[36] Institut für angewandte Sozialwissenschaft

[37] Vgl. Lesegewohnheiten, S. 7 – 95

[38] Vgl. Betriebsvergleich, Bd. 1, S. 94 - 106

[39] Laut Auskunft des Amtes für Organisation und Informationsverarbeitung der Stadt Chemnitz, Abteilung Statistik und Wahlen genau: 249 757 (Stand vom 31. 12. 1998), im Vergleich: 301918 (Stand vom 31. 12. 1989).

[40] Kennziffern der Stadtbibliothek siehe Anlage I

[41] Vgl. Strategische und operative Ziele der Stadtbibliothek Chemnitz

[42] Vgl. Borchardt u.a.: Marketingkonzeption, S. 40

[43] Auflistung und Lage der Schulen siehe Anlage II

[44] Genauere Angaben zur Schülerzahl waren zum Zeitpunkt der Vorbereitung der Umfrage weder vom Schulamt noch vom Amt für Statistik zu erhalten.

[45] Beispielfragebogen für Klasse 4/5 siehe Anlage III

[46] Laut Auskunft des Amtes für Organisation und Informationsverarbeitung der Stadt Chemnitz, Abteilung Statistik und Wahlen

[47] Computer-aided-telephony-interview-Labor

[48] Statistik(programm)paket für die Sozialwissenschaften

[49] Gesetzesauszug siehe Anlage IV

[50] Allerdings weisen auch Veröffentlichungen von Forschungsinstituten auf ähnliche Haltungen bei anderen Ämtern hin. Vgl. Schüler an der Schwelle zur Deutschen Einheit, S. 158 - 165

[51] Schülerzahl in den Klassen 4/5 und Beteiligung pro Schule siehe Anlage V

[52] Lt. Auskunft des Statistischen Landesamtes des Freistaates Sachsen

[53] Tabelle zur Altersverteilung siehe Anlage VI

[54] Ein Beispiel für eine vergleichbare Anwendung findet sich in: Jugend '92, Bd. 4. Erläuterungen zu Prinzipien, Anwendungsbeispiele und Auseinandersetzungen mit der Gewichtungproblematik sind dargestellt in: Gewichtung in der Umfragepraxis

[55] Ausführliches Beispiel für die Berechnungen siehe Anlage VII

[56] unter „anderes“ aufgeführte Freizeitorte: je 1 Nennung: Tierheim, Kinderzimmer, Spielplatz, Zoohandlung, Legoladen, Jugendherberge, Klöppelkurs, Club; 2 Nennungen: Musikschule; 8 Nennungen: Reiterhof

[57] Diese Einteilung ist angelehnt an: Bibliotheksarbeit für Jugendliche, Bd. 2, S. 32 - 45

[58] Gesamttabelle siehe Anlage VIII



- [59] Tabelle mit Einzelwerten gewichtet siehe Anlage IX
- [60] Verteilung auf die einzelnen Bibliotheken siehe Anlage X
- [61] Unter „anderes“ gab es nur 6 Nennungen: a) kein Interesse, b) weil man still sein muß, c) möchte gern gehen, d) ich gehe mit den Eltern - je 1 Nennung und e) keine Zeit - 2 Nennungen
- [62] Gesamttabelle und Eintragungen unter „anderes“ siehe Anlage XI und XII